

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ "ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ"
ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

*«Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗ
ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΠΟΛΕΩΝ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΑΡΤΑΣ»*



Φοιτήτρια: Μαρία Καραμπά

A.M.: 214101

Τριμελής Επιτροπή

Επιβλέπουσα Καθηγήτρια: Ρόιδα Μητούλα, Αναπλ. Καθηγήτρια

Μέλη: Ελένη Θεοδοροπούλου, Καθηγήτρια

Γεώργιος Μαλινδρέτος, Επίκουρος Καθηγητής

Αθήνα 2015 - 2016

Αφιερώνεται στις αγαπημένες μου αδερφές,

Βασιλική και Δήμητρα,

ως ένα μεγάλο ευχαριστώ,

για την αγάπη τους

και την στήριξή τους

κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος.....	6
Περίληψη.....	7
Abstract.....	8
Εισαγωγή.....	9

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Κεφάλαιο 1^ο: Βιώσιμη Ανάπτυξη.....	12
1.1 Έννοια της Βιώσιμης Ανάπτυξης.....	12
1.2 Τύποι Βιώσιμης Ανάπτυξης.....	16
1.2.1 Τοπική Ανάπτυξη.....	17
1.2.2 Περιφερειακή Ανάπτυξη.....	17
1.3 Βιωσιμότητα και Αειφορία στις Επιχειρήσεις.....	18
 Κεφάλαιο 2^ο: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	 20
2.1 Ορισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	20
2.2 Σημασία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	22
2.3 Χρησιμότητα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	23
2.4 Σπουδαιότητα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	24
 Κεφάλαιο 3^ο: Προσέγγιση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	 27
3.1 Διάκριση Κατηγοριών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	27
3.2 Πλεονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	30
3.3 Μειονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	32
3.4 Προβλήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	36

Κεφάλαιο 4ο: Υφιστάμενη Κατάσταση Στην Ελλάδα.....	43
4.1 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	43
4.2 Οικονομία της Χώρας και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	46
4.3 Στρατηγικές Ενίσχυσης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	48
4.4 Ευρωπαϊκή Πολιτική Ενίσχυσης της Μικρομεσαίας Επιχείρησης.....	50
 Κεφάλαιο 5ο: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Ανταγωνιστικότητα.....	53
5.1 Παράγοντες της Ανταγωνιστικότητας.....	53
5.2 Μέτρα για την Βελτίωση της Ανταγωνιστικότητας.....	55
5.2.1 Έρευνα και Ανάπτυξη.....	55
5.2.2 Συνεργασίες Επιχειρήσεων.....	56
5.2.3 Δραστηριοποίηση σε Κυψέλες της Αγοράς.....	57
5.2.4 Βελτίωση των Διοικητικών και Φορολογικών Ρυθμίσεων.....	58
5.2.5 Πληροφόρηση.....	58
 Κεφάλαιο 6ο: Χρηματοδότηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	60
6.1 Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	60
6.2 Μορφές Χρηματοδότησης.....	62
6.2.1 Τραπεζικός Δανεισμός.....	63
6.2.2 Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capital)....	67
6.2.3 Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring).....	69
6.2.4 Ιδιώτες Επενδυτές (Business Angels).....	71
6.2.5 Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators).....	73
6.2.6 Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing).....	74
6.2.7 Χρηματιστηριακή Αγορά.....	76
6.2.8 Forfaiting.....	77
6.3 Προβλήματα Ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	78
6.4 Πηγές Χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	80
6.5 Προβλήματα Χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	82

Κεφάλαιο 7ο: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Marketing	86
7.1 Ρόλος του Marketing στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	86
7.2 Στάδια Ανάπτυξης του Marketing	87
7.3 Καθήκοντα Διευθυντών και Στελεχών Marketing	88
 Κεφάλαιο 8ο: Νομός Άρτας	90
8.1 Ιστορική Αναδρομή	90
8.2 Γεωγραφικός Προσδιορισμός	94
8.3 Διοικητική Διαίρεση	95
8.4 Δημογραφικά Στοιχεία	97
8.5 Οικονομία	100
8.6 Κλάδοι Οικονομικής Δραστηριότητας	102
8.6.1 Πρωτογενής Τομέας	102
8.6.2 Δευτερογενής Τομέας	105
8.6.3 Τριτογενής Τομέας	107
 <u>ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ</u>	
 Κεφάλαιο 9ο: Μεθοδολογία και Σχολιασμός Της Επιτόπιας Έρευνας	110
9.1 Προηγούμενες Εμπειρικές Μελέτες	110
9.2 Μεθοδολογία της Έρευνας	120
9.3 Το Προφίλ του Δείγματος	123
9.4 Εκτίμηση Οικονομετρικών Υποδειγμάτων	144
Συμπεράσματα	159
Βιβλιογραφία	163
Παράρτημα	169

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα μελέτη, η οποία φέρει τον τίτλο «Η Συμβολή των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στη Βιώσιμη Ανάπτυξη των Πόλεων. Η Περίπτωση της Άρτας», εκπονήθηκε στο πλαίσιο της ολοκλήρωσης του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών "Βιώσιμη Ανάπτυξη" στην κατεύθυνση της Τοπικής Ανάπτυξης, στο τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου.

Η καταγωγή μου από τη συγκεκριμένη περιοχή καθώς και το ενδιαφέρον μου για την ανάπτυξη του Νομού Άρτας συνέβαλλαν στην επιλογή του συγκεκριμένου θέματος. Με άλλα λόγια, ήταν οι λόγοι που με ώθησαν στην επιθυμία να διερευνήσω τη συμβολή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην ανάπτυξη της βιωσιμότητας του τόπου μου.

Θεωρώ υποχρέωσή μου να ευχαριστήσω όλους όσους με βοήθησαν στην πραγματοποίηση της διπλωματικής μου εργασίας και ιδιαίτερα την επιβλέπουσα καθηγήτριά μου κυρία Ρόιδω Μητούλα για τη δυνατότητα, που μου έδωσε να συνεργαστώ μαζί της για μία ακόμα φορά, που με εμπιστεύτηκε από την πρώτη στιγμή και για την πολύτιμη βοήθεια, που μου προσέφερε για την ολοκλήρωση της μελέτης μου. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κύριο Ιωάννη Κωστάκη, που στάθηκε αρωγός στην ολοκλήρωση του εμπειρικού μέρους της εργασίας μου.

Παράλληλα, θερμά ευχαριστήρια θα ήθελα να απευθύνω και προς τα μέλη της τριμελούς επιτροπής, αρχικά στην κυρία Ελένη Θεοδωροπούλου καθώς η βοήθεια και οι συμβουλές, που μου προσέφερε ήταν πολύτιμες για την εκπόνηση της εργασίας και στη συνέχεια στον κύριο Γεώργιο Μαλινδρέτο για τις χρήσιμες παρατηρήσεις του, προκειμένου να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου και τις αγαπημένες μου αδερφές, που με στήριζαν και μου συμπαραστάθηκαν κατά τη διάρκεια της εργασίας μου αλλά και στο σύνολο των φοιτητικών μου χρόνων.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω τους υπαλλήλους του Δήμου Αρταίων, για τις χρήσιμες πληροφορίες που μου έδωσαν αλλά και τους ιδιοκτήτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας, που συνέβαλλαν στην ολοκλήρωση του εμπειρικού μέρους της εργασίας με τη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία συντάχθηκε γενικότερα στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών στο τμήμα Οικιακής Οικονομίας και Οικολογίας του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου. Στόχος της είναι η διερεύνηση και η ανάλυση των παραγόντων που συμβάλλουν στη Βιώσιμη Ανάπτυξη της Άρτας σε σχέση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της πόλης.

Προκειμένου να επιτευχθεί συγκεκριμένα ο σκοπός της διπλωματικής μελέτης, πραγματοποιήθηκε η διάρθρωσή της σε εννέα κεφάλαια. Η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη, τη βιβλιογραφική ανασκόπηση που περιλαμβάνει τα οχτώ πρώτα κεφάλαια και την έρευνα που αναλύεται στο τελευταίο κεφάλαιο της διπλωματικής μελέτης.

Αρχικά, στο πρώτο κεφάλαιο παρατίθεται η έννοια της Βιώσιμης Ανάπτυξης, δίνονται οι ορισμοί για την Τοπική και την Περιφερειακή Ανάπτυξη, ενώ τονίζεται η σημαντικότητα της βιωσιμότητας στον τομέα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Επιπλέον, στο δεύτερο κεφάλαιο επισημαίνονται ο ορισμός, η σημασία και η χρησιμότητα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Στο τρίτο κεφάλαιο αναφέρονται οι κατηγορίες, τα πλεονεκτήματα, τα μειονεκτήματα και τα προβλήματά τους.

Ταυτόχρονα, στο τέταρτο κεφάλαιο πραγματοποιείται μια περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Ακόμη, το πέμπτο κεφάλαιο περιλαμβάνει τη σχέση που έχουν οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις με την ανταγωνιστικότητα.

Επιπρόσθετα, στο έκτο κεφάλαιο γίνεται μια εκτενής αναφορά στις μορφές χρηματοδότησης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Συνεχίζοντας, γενικά στο έβδομο κεφάλαιο αναλύεται η σχέση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων με το marketing.

Ωστόσο, στο όγδοο κεφάλαιο αναφέρεται η γνωριμία με την πόλη. Γίνεται μια ιστορική αναδρομή, προσδιορίζονται τα γεωγραφικά, διοικητικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά της και τέλος παρουσιάζεται το οικονομικό προφίλ της Άρτας.

Τέλος, το ένατο κεφάλαιο περιλαμβάνει την εμπειρική ανάλυση, που έγινε με τη διακίνηση 160 ερωτηματολογίων και η εργασία ολοκληρώνεται με τα διεξαγόμενα συμπεράσματα και τις ειδικότερες προτάσεις για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.

ABSTRACT

This assignment was conducted generally within the framework of a postgraduate studies programme in the field of Home Economics and Ecology of Charokopeio University. Its aim is to conduct and analyze a survey regarding the factors that contribute to Sustainable Development of Arta in relation to SMEs.

In order to achieve the goal of this dissertation in the most effective way, it has been divided into nine chapters. The work is comprised of two parts, namely the review of bibliography which includes the first eight chapters and the research which is thoroughly examined and analysed in the last of this dissertation.

Initially, in the first chapter the concept of Sustainable Development is given accompanied by its definition given for Local and Regional Development, while highlighted the importance of sustainability in the SMEs sector.

Moreover, in the second chapter the definition of SMEs, the importance and the usefulness is noted. The third chapter mentioned the categories, advantages, disadvantages and their problems.

At the same time, to the fourth chapter described the current situation of SMEs in Greece. In addition, the fifth chapter includes the relationship that the SMEs have with competitiveness.

What is more, in the sixth chapter there is extensive reference to forms of funding for SMEs. Continuing, generally in the seventh chapter showcased the relationship of SMEs with the marketing.

However, in the eighth chapter mentioned the acquaintance with the history of the city. There is a portrayal of historical context, identified the geographical, administrative and demographic evidence and finally the economic profile of the region combined.

Finally, the ninth chapter includes the results of a personal survey conducted, through a distribution of 160 questionnaires and the dissertation is completed with the deduced conclusions as well as the proposed recommendations for the SMEs.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η βιώσιμη ή αειφόρος ανάπτυξη αποτελεί έναν ιδιαίτερα διαδεδομένο και χρησιμοποιημένο όρο τα τελευταία χρόνια. Η αυξανόμενη διεθνής ανησυχία για τις επιπτώσεις των ανθρώπινων δραστηριοτήτων στο περιβάλλον, οι οδηγίες και οι αναφορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών στην υιοθέτηση μέτρων που θα συνδυάζουν την οικονομική ανάπτυξη με την προστασία του περιβάλλοντος, έχουν ανάγει τον όρο της βιώσιμης ανάπτυξης σε εξέχουσα θέση στην καθημερινότητά μας.

Οι ανανεώσιμες μορφές ενέργειας, η ανακύκλωση απορριμμάτων καθώς και η ευαισθησία των πολιτών στις περιπτώσεις ρύπανσης και σπατάλης των φυσικών πόρων στη χώρα μας και παγκοσμίως αποδεικνύουν την τεράστια σημασία που έχει η βιώσιμη ανάπτυξη για όλο τον πλανήτη. Η βιώσιμη ανάπτυξη βρίσκει εφαρμογή σε όλους τους τομείς λειτουργίας ενός κράτους σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο, όπως και στον τομέα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Βιωσιμότητα, ενός συστήματος λειτουργίας υπάρχει μόνο όταν το σύστημα αυτό πρεσβεύει τις αρχές της βιώσιμης ανάπτυξης. Και είναι γεγονός, πως μέσω της πολιτικής που ακολουθείται από το κράτος παράγονται προϊόντα και υπηρεσίες που καλύπτουν τις τωρινές ανάγκες των πολιτών αλλά και διασφαλίζουν την κάλυψη των αναγκών των μελλοντικών γενεών. Έτσι, η ανάγκη υιοθέτησης των αρχών βιώσιμης ανάπτυξης κρίνεται πλέον επιτακτική και έχει ως στόχο τη βελτίωση της ποιότητας της ζωής του ανθρώπου αλλά και του περιβάλλοντος μακροπρόθεσμα.

Σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να διερευνηθούν και να αναλυθούν οι παράγοντες που συμβάλλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη της Άρτας σε σχέση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της πόλης. Πιο συγκεκριμένα, σε αυτό το σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι στην Ελλάδα παρόλο που πρωτοπόρες επιχειρήσεις έχουν κάνει μεγάλα βήματα προόδου, η ευρύτερη επιχειρηματική κοινότητα δεν έχει ακόμα ευαισθητοποιηθεί αρκετά σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης και για το λόγο αυτό το θέμα που εξετάζεται στην παρούσα εργασία καθίσταται αρκετά ενδιαφέρον.

Η συγκεκριμένη εργασία αποτελείται από δύο μέρη, το θεωρητικό και το ερευνητικό. Φυσικά, το θεωρητικό κομμάτι πραγματοποιήθηκε βάσει βιβλιογραφικής

ανασκόπησης και αποτελείται από οχτώ κεφάλαια. Για το ερευνητικό κομμάτι της εργασίας πραγματοποιήθηκε συλλογή 160 ερωτηματολογίων τα οποία απευθύνονταν σε ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων του Δήμου Αρταίων. Τα ερωτηματολόγια που συγκεντρώθηκαν ήταν πλήρως συμπληρωμένα και για την ανάλυσή τους χρησιμοποιήθηκαν οικονομετρικά υποδείγματα.

Το πρώτο κεφάλαιο αναφέρεται στην βιώσιμη ανάπτυξη. Αρχικά, γίνεται μια προσπάθεια διερεύνησης της έννοιά της και ταυτόχρονα παρουσιάζονται οι τύποι της βιώσιμης ανάπτυξης, δηλαδή η Τοπική Ανάπτυξη και η Περιφερειακή Ανάπτυξη. Στη συνέχεια, τονίζεται η σημαντικότητα της βιωσιμότητας όσον αφορά την αειφορία στον τομέα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Το δεύτερο κεφάλαιο δίνει έμφαση στις βασικές έννοιες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Αναλυτικότερα, ορίζεται η έννοια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και παράλληλα υποδεικνύεται η γενικότερη σημασία τους. Επιπρόσθετα, αναφέρεται η σπουδαιότητα και η χρησιμότητά τους για τη χώρα μας.

Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται η γενικότερη προσέγγιση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Καταρχήν, ως επισημανθεί ότι διακρίνονται όλες οι κατηγορίες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ωστόσο, παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς τονίζονται αναλυτικά και τα τυχόν προβλήματα που απορρέουν.

Το τέταρτο κεφάλαιο περιλαμβάνει την ειδικότερη περιγραφή της υφιστάμενης κατάστασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα και στο ρόλο που αυτές διαδραματίζουν όσο αφορά την οικονομία της χώρας μας. Ιδιαίτερα, σημαντική είναι η αναφορά που γίνεται στις στρατηγικές ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στην ευρωπαϊκή πολιτική ενίσχυσή τους.

Το πέμπτο κεφάλαιο αφορά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε σχέση με την ανταγωνιστικότητα. Μάλιστα, αναλύονται οι παράγοντες της ανταγωνιστικότητας σχετικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και παρουσιάζονται μέτρα για τη βελτίωση αυτών των παραγόντων.

Στο έκτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις κυριότερες μορφές χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επίσης, σε αυτό το σημείο αξίζει να τονιστεί ότι

περιλαμβάνονται τα προβλήματα των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς και οι πηγές χρηματοδότησης αλλά και τα πιο γνωστά προβλήματα χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Το έβδομο κεφάλαιο αναλύει το ρόλο που παίζει γενικά το marketing στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ ταυτόχρονα επισημαίνονται τα στάδια ανάπτυξης του. Ακόμη, παρουσιάζονται τα καθήκοντα διευθυντών και στελεχών marketing.

Στο όγδοο κεφάλαιο αρχίζει η γνωριμία με το Νομό Άρτας. Φυσικά, γίνεται μια ιστορική αναδρομή, δίνεται ο γεωγραφικός προσδιορισμός του Δήμου και δίνονται στοιχεία, τόσο για τη διοικητική διαίρεση του Νομού, όσο και δημογραφικά στοιχεία για την περιοχή μελέτης. Επιπλέον, προβάλλεται το οικονομικό προφίλ του Νομού αλλά και οι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας.

Το ένατο κεφάλαιο παρουσιάζει την έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο Δήμο Αρταίων και τα εμπειρικά αποτελέσματα αυτής. Αρχικά, αναφέρονται προηγούμενες εμπειρικές μελέτες που πραγματοποιήθηκαν σχετικά με το συγκεκριμένο θέμα. Παράλληλα, γίνεται η περιγραφή της μεθοδολογικής προσέγγισης της έρευνας που ακολουθήθηκε και συνεχίζοντας, παρουσιάζεται το προφίλ του δείγματος, όπου αναλύονται τα αποτελέσματα, όπως προέκυψαν από τους πίνακες συχνοτήτων. Τελειώνοντας, σε αυτό το κεφάλαιο προβάλλονται και αναλύονται τα αποτελέσματα από τις εκτιμήσεις των υποδειγμάτων πολλαπλής γραμμικής αλλά και λογιστικής παλινδρόμησης, μέσα από τη χρήση διαφόρων ερευνητικών μεταβλητών.

Τέλος, παρατίθενται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις της παρούσας εργασίας, η βιβλιογραφία καθώς και το παράρτημα, το οποίο περιλαμβάνει όλους τους πίνακες συχνοτήτων που προκύπτουν από την έρευνα και το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε για την εν λόγω διπλωματική εργασία.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Κεφάλαιο 1^ο: Βιώσιμη Ανάπτυξη

Στην ενότητα αυτή αρχικά γίνεται προσδιορισμός της έννοιας της βιώσιμης ανάπτυξης και στη συνέχεια αναλύεται και διαμορφώνεται ο ορισμός της έννοιας στο πέρασμα του χρόνου από διάφορους μελετητές. Επιπρόσθετα, αναφέρονται οι δύο τύποι βιώσιμης ανάπτυξης, δηλαδή πρώτα η τοπική ανάπτυξη και στη συνέχεια η περιφερειακή ανάπτυξη. Στη συνέχεια, γίνεται αναλυτικά από μια μικρή περιγραφή και των δύο τύπων βιώσιμης ανάπτυξης. Τελειώνοντας, διατυπώνονται οι έννοιες της βιωσιμότητας και της αειφορίας όσο αφορά γενικά τις επιχειρήσεις.

1.1 Έννοια της Βιώσιμης Ανάπτυξης

Η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης και η σημασία που της αποδίδεται σήμερα διαμορφώθηκε μόλις τις τελευταίες δεκαετίες του 20^{ου} αιώνα. Αρχικά, εκφράστηκε ως ανησυχία για το περιβάλλον και ως συνειδητοποίηση ότι οι φυσικοί πόροι έπρεπε να διατηρηθούν για τις επόμενες γενεές. Ωστόσο, μέχρι και σήμερα δεν υπάρχει ένας κοινά αποδεκτός ορισμός της βιώσιμης ανάπτυξης, παρά το γεγονός ότι η έννοια χρησιμοποιείται ευρέως στο δημόσιο διάλογο.

Ο όρος "Βιωσιμότητα" σχετίζεται άμεσα με τη ζωή και κυρίως με την επιβίωση των όντων, των ατόμων μέσα στην κοινωνία αλλά κυρίως μέσα στο περιβάλλον. Διότι, από το περιβάλλον έχει ζωή, είτε το ζωικό, είτε το φυτικό βασίλειο. Η βιώσιμη ανάπτυξη όμως, στις μέρες μας δεν ενδιαφέρει μόνο τους περιβαλλοντολόγους. Φυσικά, ενδιαφέρει όλους τους κλάδους των επιστημών, οι οποίοι καθένας από το δικό του γνωσιολογικό υπόβαθρο προτείνουν τα κατάλληλα εργαλεία για την επίτευξη του στόχου της βιώσιμης ανάπτυξης (Μητούλα, 2008).

Αξίζει να τονιστεί ότι, τα αποτελέσματα της ανάπτυξης δεν θα ήταν θετικά εάν οι επιστημονικοί κλάδοι δρούσαν αυτόνομα, χωρίς να λαμβάνουν υπόψη και τους υπόλοιπους. Οι οικονομικοί, κοινωνικοί, χωρικοί, πολιτισμικοί και άλλοι παράγοντες δεν διαμορφώνονται ανεξάρτητα αλλά, αλληλοσυμπληρώνονται και αλληλεπιδρούν ο

ένας πάνω στον άλλο, διαμορφώνοντας το τελικό αποτέλεσμα. Η καλή συνεργασία και επικοινωνία θα οδηγήσει και στη σωστή ιεράρχηση των αναγκών, ώστε να εφαρμόζονται οι κατάλληλες δράσεις στην κατάλληλη περιοχή και την κατάλληλη χρονική στιγμή.

Ο επιστημονικός όρος, σε σχέση με μια απλή ανάλυση δεν απέχει σχεδόν καθόλου, καθώς σύμφωνα με αυτόν βιώσιμη ανάπτυξη είναι η μετάβαση προς μια κοινωνία με καλύτερες συνθήκες διαβίωσης, δηλαδή πιο ανθρώπινη. Βιώσιμη γενικά, ονομάζεται η ανάπτυξη που ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις των σημερινών γενεών χωρίς να θέτει όμως, σε κίνδυνο τις απαιτήσεις των γενεών που θα ακολουθήσουν. Δηλαδή, είναι έννοια ταυτόσημη με την «Αειφόρο Ανάπτυξη», που η αέναη ζωή είναι το κύριο χαρακτηριστικό της και προτεραιότητά της, η εξασφάλιση ποιότητας διαβίωσης σε όλους τους τομείς οικονομία, περιβάλλον, πολιτισμό κ.α. για όλους και τα πάντα (Μητούλα, 2006).

Για πρώτη φορά, το 1987 ορίστηκε η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης από την Παγκόσμια Επιτροπή για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη του Ο.Η.Ε. Ειδικότερα, η αρχή της βιώσιμης ανάπτυξης εμπεριέχεται στο κείμενο "Our Common Future", γνωστό και ως έκθεση Brundtland καθώς παρουσιάστηκε από την τότε Πρωθυπουργό της Νορβηγίας και Πρόεδρο της επιτροπής Gro Harlem Brundtland. Σύμφωνα, με αυτή την έκθεση η βιώσιμη ανάπτυξη είναι «η ανάπτυξη η οποία ικανοποιεί τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να υποθηκεύει την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες» (Μητούλα, 2008). Με άλλα λόγια, είναι η μέριμνα, ώστε η σημερινή μεγέθυνση να μην υπονομεύει τις δυνατότητες μεγέθυνσης των μελλοντικών γενεών.

Η ανάπτυξη είναι ουσιαστικής σημασίας για την ικανοποίηση των ανθρώπινων αναγκών και τη βελτίωση της ποιότητας της ανθρώπινης ζωής. Την ίδια στιγμή, η ανάπτυξη πρέπει να βασίζεται στην αποτελεσματική και περιβαλλοντικά υπεύθυνη χρήση όλων των ανεπαρκών πόρων της κοινωνίας, είτε φυσικών, είτε ανθρωπίνων, είτε οικονομικών πόρων. Η βιώσιμη ανάπτυξη έχει επομένως τέσσερις πυλώνες. Οικονομία, κοινωνία, περιβάλλον και πολιτισμό, που απαιτούν ισόρροπη πολιτική συνεκτίμηση.

Πολύ συχνά, ακούγοντας τον όρο "Βιώσιμη Ανάπτυξη" έρχεται στο μυαλό κάποιων η βιωσιμότητα του περιβάλλοντος. Όπως φάνηκε, αυτό είναι κατά κάποιον τρόπο φυσικό, εφόσον η προέλευση του όρου προέρχεται από τον περιβαλλοντικό παράγοντα. Τη σύγχρονη όμως, εποχή ο όρος έχει υπερβεί το καθαρά και αυστηρά περιβαλλοντικό πλαίσιο. Αποδείχθηκε ότι, η πολυπλοκότητα της "Βιωσιμότητας" επιδρά στη λειτουργία τουλάχιστον τεσσάρων διαφορετικών συστημάτων, του οικοσυστήματος, του οικονομικού, του τεχνολογικού και του κοινωνικού. Για να είναι δυνατή η δημιουργία μιας μελλοντικής οδού βιωσιμότητας είναι απαραίτητο να εξεταστεί η αλληλεπίδραση των παραπάνω συστημάτων.

Μακροχρόνιες έρευνες έδειξαν ότι, στους παρακάτω παράγοντες θα έπρεπε να προστεθεί ακόμη ένας που χωρίς αυτόν δεν μπορεί να υπάρξει βιωσιμότητα ενός τόπου, ο πολιτισμός. Ως πολιτισμός, με την ευρεία εθνολογική έννοια ορίζεται η ολότητα που περιλαμβάνει την γνώση, τις πεποιθήσεις, την τέχνη, την ηθική, το δίκαιο, τα ήθη, τα έθιμα και τις άλλες ικανότητες ή συνήθειες που αποκτήθηκαν από τον άνθρωπο ως μέλος της κοινωνίας, σύμφωνα με τον Βρετανό ανθρωπολόγο Έντ Τάυλορ. Σήμερα, η επεξήγηση του όρου "Βιωσιμότητα" και η τελική επιτυχία της αναφέρονται σε όλους τους τομείς.

Μάλιστα, στο πλαίσιό της δεν εντάσσεται μόνο η ανεξάρτητη ύπαρξη και ενδυνάμωση των παραπάνω παραγόντων και των αντίστοιχών τους, αλλά συμπεριλαμβάνεται και ο απαιτούμενος συνδυασμός όλων αυτών, ώστε να συνυπάρξουν αρμονικά, τόσο στο παρόν, όσο και στο μέλλον, σε μια αέναη και βιώσιμη μορφή. Όταν η επιτροπή Brundtland εισήγαγε τον όρο "Βιώσιμη ή Αειφόρο ή Συντηρήσιμη Ανάπτυξη", ιδιαίτερα μετά τη συνδιάσκεψη του Ρίου το 1992, η βιώσιμη ανάπτυξη απέκτησε ένθερμους υποστηρικτές αλλά και φανατικούς πολέμιους. Οι τελευταίοι θεώρησαν αδύνατη τη συμφιλίωση της διαρκούς ανάπτυξης και της προστασίας του περιβάλλοντος (Μητούλα, 2006).

Επιστήμονες όπως, οι Baker S., Kousis M., Richardson D., Young S. στο βιβλίο τους "The Politics of Sustainable Development - Theory, Policy and Practice Within the European Union" υποστηρίζουν ότι, η έκθεση Brundtland είναι καταδικασμένη να αποτύχει επειδή, το χάσμα μεταξύ οικονομικής ανάπτυξης και περιβαλλοντικής προστασίας είναι αγεφύρωτο. Από την άλλη μεριά, κάποιοι άλλοι

εξέφρασαν την πεποίθηση ότι η βιώσιμη ανάπτυξη που κατά βάση είναι μια πολιτιστική μετάλλαξη, δεν θα αποτύχει θα συναντήσει όμως, δυσκολίες οι οποίες μπορούν να εξομαλυνθούν με την αποκατάσταση των πνευματικών και ηθικών αξιών που παραμερίστηκαν στην εποχή της ασύδοτης ανάπτυξης.

Σίγουρα, η λύση είναι ο σεβασμός στην αξία του ανθρώπου, που ταυτίζεται με το σεβασμό στην ιδιαιτερότητα των πολιτισμών. Εμφανής, είναι η ταύτιση στην Agenda 21. Η διαπολιτισμική επικοινωνία θα πρέπει να διέπεται από τον αμοιβαίο σεβασμό για να είναι βιώσιμη. Διότι, η βιώσιμη ανάπτυξη προϋποθέτει και τη βιώσιμη πολιτιστική επικοινωνία και η τελευταία απαιτεί σεβασμό για τη διατήρηση των ιδιαίτερων εθνικών πολιτισμών. Παράλληλα, οι αξίες της βιώσιμης ανάπτυξης ενισχύουν τους εθνικούς πολιτισμούς δεν τους καταργούν (Μητούλα, 2006).

Γεγονός λοιπόν είναι, πως σήμερα η βιώσιμη ανάπτυξη είναι περισσότερο αναγκαία από ποτέ και πως γύρω από αυτήν πλέον συγκεντρώνονται όλες οι οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτισμικές επιστήμες. Προσφέρει σίγουρα, λύσεις σε όλα τα σοβαρά προβλήματα που απορρέουν από τους γρήγορους ρυθμούς της ζωής και την οικονομική μεγέθυνση. Στην Ελλάδα, ο όρος της βιώσιμης ανάπτυξης έγινε γνωστός μόλις τα τελευταία χρόνια και από τότε γίνονται προσπάθειες για διάφορες και ποικίλες δράσεις, που έχουν ως σκοπό τη διάδοσή της και την επίτευξη έργων σε διάφορα επίπεδα, οικονομικό, κοινωνικό κ.λπ. με γνώμονα πάντα τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Βεβαιότατα, η έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης προέκυψε από τη διαδεδομένη ανησυχία για τις τρέχουσες, μελλοντικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιδράσεις της οικονομικής ανάπτυξης. Αρχικά, η πρώτη προσέγγιση πάνω στο θέμα της βιώσιμης ανάπτυξης έγινε κατά τη διεξαγωγή της διάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών, σχετικά με το περιβάλλον και την ανάπτυξη. Διοργανώθηκε στο Ρίο Ντε Τζανέιρο το 1992 και αναφέρεται ως «Συνάντηση Κορυφής για τη Προστασία της Γης του Ρίου». Ακόμη, η συμφωνία Agenda 21 περιλαμβάνει οδηγίες, σχετικά με το ευρύ πεδίο των ζητημάτων πολιτικής που περιβάλλουν τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Παράλληλα, η συγκεκριμένη συμφωνία ταξινομεί τις δραστηριότητες της βιώσιμης ανάπτυξης σε έξι θέματα:

- ✓ Ποιότητα Ζωής.
- ✓ Αποδοτική Χρήση των Φυσικών Πόρων.
- ✓ Διαχείριση της Συγκέντρωσης του Ανθρώπινου Πληθυσμού.
- ✓ Προστασία του Κοινού Πλούτου.
- ✓ Διαχείριση των Αποβλήτων.
- ✓ Βιώσιμη Οικονομική Ανάπτυξη

Στη συνέχεια, αναφέρονται αναλυτικά οι βασικότεροι στόχοι της βιώσιμης ανάπτυξης, οι οποίοι είναι:

- ❖ Να ενισχύει τη μεμονωμένη και συλλογική ευημερία και ευζωία έχοντας μια πορεία οικονομικής ανάπτυξης, που προστατεύει την ευημερία γενικότερα των μελλοντικών γενεών.
- ❖ Να επιτρέπει τη δικαιοσύνη μέσα και μεταξύ των γενεών.
- ❖ Να προστατεύει τη βιοποικιλότητα και να διατηρεί ανέπαφο το οικοσύστημα.

Ακόμη, η έννοια της βιωσιμότητας βασίζεται ιδιαίτερα στην επιστήμη και στη διαχείριση των φυσικών πόρων και η βιώσιμη ανάπτυξη έχει εφαρμογές στις ευρύτερες ανησυχίες για την ευημερία και τη δικαιοσύνη:

- Οικονομική
- Περιβαλλοντική
- Κοινωνική

1.2 Τύποι Βιώσιμης Ανάπτυξης

Από έρευνες που έχουν γίνει και βασιζόμενοι στην βιβλιογραφία να τονιστεί ότι, η βιώσιμη ανάπτυξη μπορεί να είναι, είτε τοπική, είτε περιφερειακή:

1.2.1 Τοπική Ανάπτυξη

Αρχικά, όταν επισημαίνεται ο πρώτος τύπος βιωσιμότητας αναφέρεται στη διαδικασία με την οποία οι οικονομικές δραστηριότητες προσανατολίζονται προς κατευθύνσεις, στις οποίες η τοπική κοινωνία παρουσιάζει πλεονεκτήματα (Μητούλα, 2006). Επομένως, γίνεται προσπάθεια για μια ολόπλευρη και ισόρροπη ανάπτυξη. Διότι, μόνο με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η εκμετάλλευση και η αξιοποίηση όλων των πλουτοπαραγωγικών πηγών, δηλαδή οι δραστηριότητες δεν συγκεντρώνονται σε ένα συγκεκριμένο "μοναδικό" αστικό κέντρο και έτσι δεν είναι αναγκαίο ο πληθυσμός να συγκεντρώνεται στις πόλεις.

Ωστόσο, για να λειτουργήσει σωστά η πολιτική της τοπικής ανάπτυξης θα πρέπει να δράσουν ορθά και συλλογικά οι αρμόδιοι φορείς, όπως είναι για παράδειγμα οι Τοπικές Αυτοδιοικήσεις. Κύριος σκοπός της Τοπικής Αυτοδιοίκησης πρέπει να είναι η προώθηση του τοπικού οφέλους. Με άλλα λόγια, η προώθηση ευκαιριών που θα τονώσουν την περιοχή οικονομικά και θα δώσουν εργασία στον τοπικό πληθυσμό και η ύπαρξη ντόπιων κεφαλαίων και επενδύσεων. Η τοπική κοινωνία θα αναπτυχθεί με αυτό τον τρόπο και μαζί της θα φέρει και κάθε είδους ανάπτυξη, η οποία θα ανυψώσει και το βιοτικό επίπεδο του ντόπιου πληθυσμού.

1.2.2 Περιφερειακή Ανάπτυξη

Η δεύτερη κατηγορία βιώσιμης ανάπτυξης είναι η Περιφερειακή Ανάπτυξη και ξεκίνησε μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, όπου τέθηκε η αναγκαιότητα για τη δημιουργία μιας ανάπτυξης που δεν θα άφηνε πίσω της πιο "καθυστερημένες" περιφέρειες. Ως αρχικός όρος, αυτή η μορφή ανάπτυξης εκφράζει τη γενικότερη προσπάθεια για την ύπαρξη θετικών μεταβολών στα κοινωνικοοικονομικά δεδομένα των δραστηριοτήτων της κάθε περιφέρειας.

Στις μέρες μας, όταν αναφερόμαστε σε αυτή εννοείται η προσπάθεια για μείωση και εξάλειψη κάθε είδους ανισότητας, είτε αυτή υπάρχει μεταξύ των περιοχών μιας χώρας, είτε σε ένα σύνολο χωρών για λόγους κοινωνικούς, ιστορικούς και οικονομικούς (Μητούλα, 2006).

1.3 Βιωσιμότητα και Αειφορία στις Επιχειρήσεις

Σήμερα, η αειφόρος και βιώσιμη ανάπτυξη είναι δύο σημαντικότεροι όροι που χρησιμοποιούνται πολύ συχνά από κυβερνήσεις ανά τον κόσμο και αφορούν στη δημιουργία οικονομικής ανάπτυξης, προωθώντας παράλληλα την κοινωνική ισότητα και λαμβάνοντας υπόψη τα όρια των φυσικών οικοσυστημάτων της γης σε μεγάλο βάθος χρόνου. Επιπλέον, στον κόσμο των επιχειρήσεων, όπου το κέρδος είναι το μοναδικό στοιχείο πάνω στο οποίο υφίσταται η λειτουργία τους, είναι δύσκολο να δοθεί ερμηνεία για τους αντίστοιχους όρους.

Ωστόσο, πρόκειται ακριβώς για επιχειρήσεις που είναι κερδοφόρες με παράλληλη όμως, φροντίδα για την ποιότητα ζωής και εργασίας των υπαλλήλων αλλά και όσων εμπλέκονται στην αλυσίδα παραγωγής, ενώ είναι και υπεύθυνοι διαχειριστές του φυσικού περιβάλλοντος. Με άλλα λόγια, η κοινωνική ευαισθησία στις επιχειρήσεις εμπεριέχει οικονομικό, περιβαλλοντικό και κοινωνικό πλαίσιο. Ακόμη, και αν η επικρατούσα άποψη θέλει τις κοινωνικά και περιβαλλοντικά αποδεκτές, πάντα επιχειρηματικές πρακτικές ως οικονομικά ασύμφορες, στην πραγματικότητα η βιώσιμη οικονομία είναι απόλυτα κερδοφόρα.

Σύμφωνα, με τη συγγραφέα Giselle Weybrecht (2010) υπάρχουν μελέτες που δείχνουν ότι κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης τα κέρδη των βιώσιμων επιχειρήσεων όχι μόνο δεν μειώθηκαν, αλλά σε πολλές περιπτώσεις αυξήθηκαν. Πάρα πολλές επιχειρήσεις έχουν ήδη καταλάβει πόσο σημαντικό είναι να διαμορφώσουν αντίστοιχα τη στρατηγική τους για δικό τους όφελος. Στη συνέχεια, τονίζεται σε σχετικό άρθρο του Guardian ότι οι επιχειρήσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο αντιμετωπίζουν πλέον στις μέρες μας ως πρόκληση την υιοθέτηση περισσότερο βιώσιμων πρακτικών καθώς έχει υπολογιστεί ότι, με κάτι τέτοιο θα μπορούσαν γενικά να εξοικονομήσουν συνολικά περισσότερες από 55 δις λίρες.

Φυσικά, αυτό θα το πετύχουν εξασφαλίζοντας ότι οι ηγέτες των επιχειρήσεων και οι εργαζόμενοι έχουν τις εν λόγω δεξιότητες. Επιπρόσθετα, η Weybrecht τονίζει ότι πρόκειται για δεξιότητες, όπως η κατανόηση του κόσμου μέσα στον οποίο λειτουργούμε, πως μας επηρεάζει και πως τον επηρεάζουμε και η ικανότητα να αμφισβητούμε το μέχρι τώρα κατεστημένο. Τέλος, ο συγγραφέας Pratt από την πλευρά του υποστηρίζει ότι οι βιώσιμες επιχειρηματικές πρακτικές που διδάσκονται

στα βιώσιμα M.B.A. έχουν άμεσο αποτέλεσμα στη μείωση του κόστους, στην ενίσχυση των εσόδων, στην εξάλειψη του ρίσκου καθώς και στο χαμηλότερο κόστος κεφαλαίου. Αυτά τα τέσσερα σημεία είναι οι κρίσιμες μεταβλητές, που καθορίζουν την αξία της αγοράς μιας επιχείρησης.

Κεφάλαιο 2ο: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Στην ενότητα αυτή αναλύεται ο ορισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς επίσης και η σημασία τους σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Αξίζει να τονιστεί ότι, ο τομέας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει αποκληθεί ως η "ραχοκοκαλιά" κάθε οικονομίας, εξαιτίας της γενικότερης συνεισφοράς τους. Τέλος, αναφέρεται τόσο η χρησιμότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την χώρα μας, όσο και η σπουδαιότητά τους, όχι μόνο για την Ελλάδα αλλά και για τις άλλες χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

2.1 Ορισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Αρχικά, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούσαν ανέκαθεν ισχυρό μοχλό ανάπτυξης, συντέλεσαν καταλυτικά στην οικονομία, στη πρόοδο και στην εξέλιξη της κοινωνίας από τη βιομηχανική επανάσταση μέχρι και σήμερα, αφού πάντοτε αποτελούσαν τη συντριπτική πλειοψηφία των παραγωγικών μονάδων, τόσο από αριθμητική άποψη, όσο από άποψη καινοτομιών.

Χαρακτηριστικό ως προς αυτό οι δηλώσεις του Liikaken (2004), μέλους της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, αρμόδιο για την κοινωνία της πληροφορίας: «... η επιχειρηματικότητα και οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν - ιδίως για την ευρωπαϊκή οικονομία - βασική πηγή θέσεων απασχόλησης, επιχειρηματικού δυναμισμού και καινοτομίας».

Στην ίδια ακριβώς λογική, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο (2000) χαρακτηρίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ως τη "ραχοκοκαλιά" της ευρωπαϊκής οικονομίας. Η σημασία επομένως, των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει αναγνωριστεί στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς οι επιχειρήσεις αυτές αντιπροσωπεύουν γενικά το μεγαλύτερο και δυναμικότερο κομμάτι της επιχειρηματικής δραστηριότητας με τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης (Deakins και Freel, 2007).

Παράλληλα, δεν υπάρχει ένας ενιαίος γενικά αποδεκτός ορισμός για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Για το ερώτημα πώς λοιπόν ορίζονται, η απάντηση είναι «εξαρτάται» από πολλούς παράγοντες. Οι πιο προφανείς από αυτούς είναι ο κλάδος

και η αγορά, όπου δραστηριοποιείται η εκάστοτε επιχείρηση καθώς επίσης και ο χρόνος. Έτσι, μια μικρομεσαία επιχείρηση στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών, στον κλάδο της αρτοποιηχανίας, μπορεί να θεωρείται μεγάλη στον αντίστοιχο κλάδο της αγοράς της Γαλλίας.

Επιπλέον, ως μικρομεσαία επιχείρηση σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, ορίζεται εκείνη η επιχείρηση της οποίας ο αριθμός των μονίμων υπαλλήλων της είναι μικρότερος από 250 εργαζόμενους, ο ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 40.000.000 € και η αξία του ενεργητικού της δεν ξεπερνά τα 27.000.000 € (European Commission, 1996). Αργότερα, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή του 2003, ο ορισμός τροποποιήθηκε.

Χωρίς να αλλάξει ο αριθμός των μονίμων υπαλλήλων, ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει πια τα 50.000.000 € ή έχουν ετήσιο συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 43.000.000 €. Επίσης, πληρούν το κριτήριο ανεξαρτησίας, δηλαδή δεν ανήκουν κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου. Τόσο σε μια επιχείρηση ή από κοινού, όσο σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της μικρομεσαίας επιχείρησης ή της μικρής επιχείρησης.

Εξαιτίας, των δυσκολιών ορισμού αλλά και ταξινόμησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, δεν υπάρχει καθολικά ενιαίο αντικειμενικό ή στατιστικό μέτρο. Πάντως, ως προς τον τρόπο ορισμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, σε διεθνές επίπεδο ακολουθούνται δύο εναλλακτικές μεθοδολογίες. Η πρώτη μεθοδολογία υιοθετεί τον "στατιστικό ορισμό", ενώ η δεύτερη τον "οικονομικό ορισμό". Αρχικά, στον πρώτο ορισμό τα κριτήρια είναι κατεξοχήν ποσοτικά και αναφέρονται στον αριθμό των εργαζομένων που απασχολεί η επιχείρηση, στον κύκλο εργασιών της «τζίρος» και στο σύνολο του ενεργητικού της.

Σύμφωνα, με το τελευταίο κριτήριο περιλαμβάνει τα έξοδα εγκατάστασης, τα πάγια περιουσιακά στοιχεία και το κυκλοφορούν ενεργητικό. Το συγκεκριμένο ενεργητικό υποδιαιρείται σε αποθέματα, απαιτήσεις, χρεόγραφα και διαθέσιμα. Η δεύτερη μεθοδολογία περιέχει ποιοτικά κριτήρια, με τα οποία μια επιχείρηση ορίζεται ως μικρομεσαία όταν: α) ελέγχει σχετικά μικρό μερίδιο αγοράς, β) διοικείται από τους ιδιοκτήτες ή συνιδιοκτήτες με περισσότερο εξατομικευμένο τρόπο και όχι μέσω μιας

τυποποιημένης διοικητικής δομής και γ) είναι ανεξάρτητες, με την έννοια ότι δεν αποτελούν τμήμα μιας μεγάλης επιχείρησης (Deakins και Freel, 2007).

Στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει υιοθετήσει τη μεθοδολογία του «στατιστικού ορισμού» των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και την έχει εμπλουτίσει με το ποιοτικό κριτήριο της ανεξαρτησίας του «οικονομικού ορισμού». Ο ορισμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής επεκτείνεται καθώς διακρίνει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε τρία υποσύνολα: α) τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν από 0 έως 9 εργαζομένους, β) τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν από 10 έως 99 εργαζομένους και γ) τις μεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν από 100 έως 250 εργαζομένους (European Commission, 1996).

2.2 Σημασία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Αξίζει να αναφερθεί ότι, οι αισιόδοξες απόψεις σχετικά με το ρόλο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν αποτελούν καινοτομία. Υπάρχουν πολλές αναφορές στην αναπτυξιακή φιλοσοφία με ιστορία δύο αιώνων. Οι αναφορές αυτές αρχίζουν από τις ουτοπικές κοινότητες, συνεχίζονται από τους Ρώσους λαϊκιστές και τελικά υιοθετούνται από τους θιασώτες της σύγχρονης αναπτυξιακής φιλοσοφίας.

Επιπλέον, τα χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι όχι μόνο διαφορετικά, αλλά τελείως αντίθετα από αυτά του μοντέλου της βιομηχανικής οργάνωσης. Το συγκεκριμένο μοντέλο βασίζεται σε τεράστιες επενδύσεις για μαζική παραγωγή και ειδικευμένο εργατικό προσωπικό, ώστε να εκμεταλλεύεται τις δυνατότητες των οικονομιών κλίμακας. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντίθετα, χαρακτηρίζονται από την έλλειψη εσωτερικών οικονομιών κλίμακας, από κατακερματισμένη εργασιακή διαδικασία και μια λιγότερο σαφή διάκριση στις διάφορες κατηγορίες εργασίας που συντελούνται μέσα στην επιχείρηση.

Παράλληλα, γενικά τα χαρακτηριστικά αυτά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προσφέρονται για την παραγωγή μικρής κλίμακας, που επιτρέπει την καινοτομία και καταργεί τις ιεραρχικές διακρίσεις μέσα στα πλαίσια της επιχείρησης. Η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την απασχόληση πηγάζει από την αντίληψη ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν εντατικά την εργασία σε σχέση με το

κεφάλαιο. Γενικότερα, συγκρίνοντας τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με τις μεγάλες επιχειρήσεις καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι πρώτες συνεισφέρουν περισσότερο στην απασχόληση ανεξαρτήτως οικονομικού κύκλου, ενώ οι δεύτερες συνεισφέρουν ελάχιστα ή καθόλου στην απασχόληση όταν η οικονομική συγκυρία είναι αρνητική.

Ωστόσο, η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μεταξύ των διάφορων οικονομιών μπορεί να διαφέρει εξαιτίας του δυναμικού ρόλου που διαδραματίζουν σε κάθε χώρα. Με άλλα λόγια, σε μια χώρα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντλούν τη σημασία τους από τη συνεισφορά τους στην απασχόληση στην εν λόγω χώρα, ενώ σε μια άλλη συμβάλλουν σημαντικά στην εισαγωγή σε ευέλικτες και εξειδικευμένες διαδικασίες παραγωγής.

Για τους λόγους αυτούς ο τομέας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει αποκληθεί ως η "ραχοκοκαλιά" κάθε οικονομίας, εξαιτίας της συνεισφοράς τους στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, την απασχόληση και την εξαγωγική δραστηριότητα. Εξάλλου, γι' αυτό η επιτροπή της Ευρωπαϊκής Ένωσης στηρίζει αλλά παράλληλα, επιδιώκει και τη προώθηση της επιχειρηματικότητας και δημιουργεί ένα φιλικότερο επιχειρηματικό περιβάλλον για αυτές (Κανελόπουλος, 2000).

2.3 Χρησιμότητα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Η μικρομεσαία επιχείρηση στην Ελλάδα είναι συνήθως μια οικογενειακή επιχείρηση, της οποίας η διοίκηση ταυτίζεται με την κυριότητά της και η καθημερινή διαχείριση ασκείται από τον επιχειρηματία. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν, χωρίς υπερβολή το σημαντικότερο παράγοντα της οικονομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα καθώς:

- ❖ Μπορούν να αντλούν πόρους, που ποτέ δεν θα μετατρέπονταν σε παραγωγικό κεφάλαιο.
- ❖ Συμβάλλουν στη μείωση της ανεργίας δημιουργώντας νέες θέσεις εργασίας.
- ❖ Παράγουν ποσότητες, που απαιτούνται από μια μικρή αγορά για να ικανοποιήσουν τις τοπικές ανάγκες.

- ❖ Συμβάλλουν στην περιφερειακή ανάπτυξη, αφού δραστηριοποιούνται στην επαρχία.

2.4 Σπουδαιότητα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Αρχικά, το ερώτημα που προκύπτει είναι γιατί υπάρχει η αναγκαιότητα μελέτης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων; Η απάντηση είναι απλή και περιεκτική. Σίγουρα, μελετάμε τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις επειδή είναι «σημαντικές». Γύρω στα 25 εκατομμύρια μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρώπη προσφέρουν πάνω από τα 2/3 του συνόλου των θέσεων της απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα. Αυτό σημαίνει ότι, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις απασχολούν πάνω από 100 εκατομμύρια άτομα. Στις πιο δυναμικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιστοιχεί περίπου το 80% των θέσεων εργασίας που δημιουργούνται.

Συνεπώς, η σημαντικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προκύπτει από τη συμβολή τους στη τόνωση και την αύξηση της απασχόλησης. Στις μικρομεσαίες οφείλεται πάνω από το 50% της συνολικής απασχόλησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση, χωρίς να περιλαμβάνονται η Ισλανδία, η Νορβηγία και η Ελβετία, ενώ για παράδειγμα στην Ελλάδα το ποσοστό αγγίζει το 86,7% (Deakins και Freel, 2007).

Η σπουδαιότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όμως, δεν αιτιολογείται μόνο από τη συμβολή τους στο επίπεδο της απασχόλησης. Με βάση την έκθεση του Ο.Ο.Σ.Α. (2002) προκύπτει ότι, πάνω από το 50% της προστιθέμενης αξίας οφείλεται στην επιχειρηματική δραστηριότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις χώρες μέλη του. Τέλος, θα μπορούσε κάποιος να ισχυριστεί πολύ απλά πως η σπουδαιότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων βασίζεται στο ότι, οι επιχειρήσεις αυτές αποτελούν την πλειοψηφία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται, τόσο σε παγκόσμιο επίπεδο, φτάνοντας περίπου 3/4 του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων (Πετράκης, 2004), όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, όπου πάνω από το 99% των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στις χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης συγκαταλέγονται στις λεγόμενες μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Deakins και Freel, 2007).

Στη δεκαετία του 1970, η επιστήμη του management η οποία μέχρι τότε είχε αδιαφορήσει για τη σημαντικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων διαπιστώνει ότι, ο ρόλος τους στην οικονομία ήταν πολύ πιο σημαντικός από ότι είχε μέχρι τότε διαπιστωθεί. Το 1971, η έκθεση Bolton η οποία είχε ως αντικείμενο τις μικρές επιχειρήσεις, ήταν ουσιαστικά η πρώτη σφαιρική μελέτη που γενικά κατέληξε στο συμπέρασμα ότι, δεν γνωρίζουμε αρκετά για αυτόν το σημαντικό τομέα της οικονομίας.

Η αντίδραση των ακαδημαϊκών κύκλων και του κόσμου των μικρών επιχειρήσεων στην έκθεση Bolton προσέφερε ένα σώμα γνώσεων, το οποίο μέχρι σήμερα αποτελεί το πλαίσιο για το αντικείμενο των μικρών επιχειρήσεων (Bolton Report, 1971). Στη συνέχεια και μέχρι σήμερα, έγκριτοι ερευνητές διαπίστωσαν ότι σε περιόδους οικονομικής κρίσης, οι μεγάλες επιχειρήσεις υπέφεραν συγκριτικά και αναλογικά περισσότερο από τις μικρές. Οι μεγάλες επιχειρήσεις προέβαιναν σε μαζικές απολύσεις, ενώ οι μικρές είχαν πολύ μεγάλο ποσοστό δραστηριότητας και βοηθούσαν στη συγκράτηση της ανεργίας.

Ακόμη, διαπίστωσαν ότι οι περισσότερες καινοτομίες, αρκετά σημαντικές εφευρέσεις και τα πιο ενδιαφέροντα νέα προϊόντα προέρχονταν συχνά από τη φαντασία ενός μικρού επιχειρηματία και όχι από το εργαστήριο έρευνας κάποιας μεγάλης επιχείρησης. Παρόλα αυτά, οι μεγάλες επιχειρήσεις κατάφεραν να εκμεταλλευτούν σε μεγαλύτερο βαθμό τις καινοτομίες που προέρχονταν από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, είτε αγοράζοντας τα πνευματικά τους δικαιώματα, είτε αποκτώντας τις ίδιες επιχειρήσεις (Αλμπέρτου, 2010).

Η ικανότητα των μικρών επιχειρήσεων για καινοτομία οφείλεται στην ευελιξία που διαθέτουν σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, η πλειοψηφία των οποίων είναι τόσο γραφειοκρατικές και τόσο ιεραρχικές, ώστε οι εργαζόμενοι και τα διοικητικά στελέχη με ριζοσπαστικές καινοτόμες ιδέες να μην έχουν ισχυρή υποστήριξη. Στις μεγάλες επιχειρήσεις οι καινοτομίες ανήκουν γενικά σε ολόκληρη την εταιρία και όχι στους εργαζόμενους που τις σκέφτηκαν και τις δημιούργησαν.

Ωστόσο, αυτή η έλλειψη προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας στις μεγάλες επιχειρήσεις αποτελεί αντικίνητρο για την περαιτέρω ανάπτυξη της καινοτομίας, τόσο για τους εργαζόμενους, όσο και για τα διοικητικά στελέχη. Αντίθετα, από την

άλλη πλευρά οι εργαζόμενοι στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερη ελευθερία κινήσεων και είναι αποδέκτες υψηλότερης προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων για τις καινοτομίες τους. Το γεγονός αυτό, καθιστά τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις πιο ικανές στο να δημιουργούν ριζοσπαστικές καινοτομίες συγκριτικά με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (Αράπογλου, 2008).

Εμπειρικές μελέτες του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης δείχνουν ότι, η είσοδος νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις περισσότερες χώρες ισοδυναμεί περίπου με την έξοδο υφιστάμενων επιχειρήσεων. Παράλληλα, εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι δεν φαίνεται να υπάρχουν μεγάλες διαφορές στα ποσοστά εισόδου και εξόδου ανάμεσα στις διάφορες χώρες. Σύμφωνα, με μελέτες που έχουν γίνει η χώρα μας δεν φαίνεται να ανήκει στην παραπάνω κατηγορία χωρών, όπου η είσοδος νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων ισοδυναμεί με την έξοδο των ήδη ενεργών επιχειρήσεων.

Στη δεκαετία 1990 - 2000, το ελληνικό ισοζύγιο μεταξύ "ανοίγματος" και κλεισίματος μικρομεσαίων επιχειρήσεων ήταν εντυπωσιακό. Ειδικότερα, άνοιξαν 653.000 επιχειρήσεις και έκλεισαν 402.000, δημιουργώντας μια θετική εξέλιξη και αύξηση της τάξεως των 251.000 νέων επιχειρήσεων, η νομική μορφή των οποίων ποίκιλε ανάλογα με τη περίπτωση Α.Ε., Ε.Π.Ε., Ο.Ε., Ε.Ε. και ατομικές επιχειρήσεις (Αλμπέρτου, 2010).

Κεφάλαιο 3^ο: Προσέγγιση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Στην ενότητα αυτή επισημαίνεται η ανάλυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και η διάκρισή τους στις βασικότερες κατηγορίες. Γενικότερα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις χωρίζονται σε κατηγορίες με βάση τον αριθμό των εργαζομένων που απασχολούν και τον κύκλο εργασιών ή το σύνολο του ισολογισμού τους. Ακόμη, συνεχίζοντας γίνεται η διάκριση μεταξύ τριών τύπων επιχειρήσεων σε συνάντηση με το είδος της σχέσης που διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις. Τέλος, αναφέρονται τόσο τα πλεονεκτήματα, όσο και τα μειονεκτήματα αλλά και τα κυριότερα προβλήματα που παρουσιάζουν στις μέρες μας οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

3.1 Διάκριση Κατηγοριών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις διακρίνονται σε πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, όροι που συχνά εμφανίζονται σε κριτήρια επιλεξιμότητας διάφορων επιδοτούμενων προγραμμάτων. Παράλληλα, διακρίνονται ακόμη σε συνεργαζόμενες, συνδεδεμένες και ανεξάρτητες ή αυτόνομες ανάλογα με το είδος της σχέσης που συνδέει μια επιχείρηση με άλλες επιχειρήσεις. Επομένως, οι επιχειρήσεις χωρίζονται σε πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων και τον κύκλο εργασιών ή το σύνολο του ισολογισμού τους.

Επιπρόσθετα, ο νέος ορισμός διευκρινίζει τις ιδιότητες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς και την έννοια της πολύ μικρής επιχείρησης. Με αυτόν τον τρόπο, ενισχύεται η αποτελεσματικότητα των κοινοτικών προγραμμάτων και πολιτικών που αφορούν τις επιχειρήσεις αυτές. Στόχος, είναι να αποφευχθεί ενδεχόμενη εκμετάλλευση των μηχανισμών υποστήριξης των εν λόγω επιχειρήσεων από επιχειρήσεις που διαθέτουν μεγαλύτερη οικονομική δύναμη από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Συνεχίζοντας, η διάκριση των επιχειρήσεων έχει ως εξής:

- **Πολύ Μικρή Επιχείρηση** ~ ορίζεται η επιχείρηση, η οποία απασχολεί πάντα λιγότερους από 10 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2.000.000 €.

- **Μικρή επιχείρηση** ~ ορίζεται η επιχείρηση, η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και ο κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10.000.000 €.
- **Μεσαία Επιχείρηση** ~ ορίζεται η επιχείρηση, η οποία απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών δεν ξεπερνάει τα 50.000.000 € ή πιο γενικά το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43.000.000 €.

Αναμφίβολα, ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων αντιστοιχεί στον αριθμό ετήσιων μονάδων εργασίας Ε.Μ.Ε., δηλαδή στον αριθμό εργαζομένων πλήρους απασχόλησης που εργάστηκαν στην εξεταζόμενη επιχείρηση ή για λογαριασμό αυτής επί ολόκληρο το υπόψη έτος. Τα άτομα που δεν εργάστηκαν ολόκληρο το έτος ή οι εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης αντιστοιχούν σε κλάσματα των Ε.Μ.Ε. Οι μαθητευόμενοι και οι σπουδαστές που βρίσκονται σε επαγγελματική εκπαίδευση ή η διάρκεια των αδειών μητρότητας δεν συνυπολογίζονται. Συνοπτικά, η διάκριση των επιχειρήσεων εμφανίζεται στον παρακάτω πίνακα (Μωράτης, 2005).

Πίνακας 1: Διάκριση Μεταξύ Πολύ Μικρών, Μικρών και Μεσαίου Μεγέθους Επιχειρήσεων Σύμφωνα με τη Σύσταση 2003/361/Ε.Κ.

Κατηγορία Επιχειρήσεων	Αριθμός Εργαζομένων	Κύκλος Εργασιών	Συνολικός Ισολογισμός
Μεσαίες	< 250	< 50.000.000 €	< 43.000.000 €
Μικρές	< 50	< 10.000.000 €	< 10.000.000 €
Πολύ Μικρές	< 10	< 2.000.000 €	< 2.000.000 €

Πηγή Σύσταση 2003/361/Ε.Κ. της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων 2003

Όσο αφορά, στη συμμετοχή στο κεφάλαιο, στο δικαίωμα ψήφου ή στο δικαίωμα άσκησης κυρίαρχης επιρροής, ο νέος ορισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων κάνει διάκριση μεταξύ τριών τύπων επιχειρήσεων σε συνάντηση με το είδος της σχέσης που αυτές διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις και προσδιορίζει τους ακόλουθους τύπους των επιχειρήσεων:

- ✓ **Συνεργαζόμενες Επιχειρήσεις** ~ ορίζονται οι επιχειρήσεις, που δημιουργούν σημαντικές χρηματοοικονομικές εταιρικές σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις, χωρίς η μια να μπορεί να ασκεί άμεσο ή έμμεσο ουσιαστικό έλεγχο στην άλλη. Μια επιχείρηση είναι "συνεργαζόμενη" με μια άλλη επιχείρηση όταν:

1. Κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% σε αυτήν.
2. Αυτή η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% στην αιτούσα επιχείρηση.
3. Η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει ενοποιημένους λογαριασμούς, στους οποίους να περιλαμβάνει η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται, μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέεται με αυτή τη τελευταία (Παυλόπουλος, 2007).

- ✓ **Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις** ~ αντιστοιχούν στην οικονομική κατάσταση επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν μέρος μιας ομάδας, μέσω του άμεσου ή έμμεσου ελέγχου της πλειοψηφίας του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου, συμπεριλαμβανομένων και μέσω των συμφωνιών ή σε ορισμένες περιπτώσεις, μέσω μετοχών, που είναι φυσικά πρόσωπα ή μέσω της εξουσίας άσκησης κυρίαρχης επιρροής σε μια επιχείρηση. Στο πλαίσιο της μέριμνας αποφυγής δυσχερειών ερμηνείας από μέρους των επιχειρήσεων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσδιόρισε αυτό τον τύπο επιχειρήσεων συμπεριλαμβάνοντας τις προϋποθέσεις, που δίνονται από το πρώτο άρθρο της οδηγίας 83/349/Ε.Ο.Κ. του Συμβουλίου για τους ενοποιημένους λογαριασμούς όταν αυτές προσαρμόζονται στο αντικείμενο του ορισμού. Μια επιχείρηση γνωρίζει λοιπόν κατά γενικό κανόνα κατά τρόπο άμεσο ότι οφείλει, δυνάμει της εν λόγω οδηγίας να καταρτίσει ενοποιημένους λογαριασμούς.

- ✓ **Ανεξάρτητες ή Αυτόνομες Επιχειρήσεις** ~ είναι η πλέον συχνή περίπτωση. Πρόκειται απλώς για όλες τις επιχειρήσεις που δεν ανήκουν σε κανέναν από τους δύο άλλους τύπους επιχειρήσεων, δηλαδή τις συνεργαζόμενες ή τις συνδεδεμένες επιχειρήσεις. Μια επιχείρηση είναι ανεξάρτητη αν:

1. Δεν διαθέτει συμμετοχή 25% ή περισσότερο σε άλλη επιχείρηση.

2. Δεν κατέχεται άμεσα κατά 25% ή περισσότερο από άλλη επιχείρηση ή δημόσιο οργανισμό ή από κοινού περισσότερες επιχειρήσεις συνδεδεμένες μεταξύ τους ή από δημόσιους οργανισμούς, εκτός ορισμένων εξαιρέσεων.
3. Δεν συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν περιλαμβάνεται στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης, η οποία συνήθως συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν είναι κατά συνέπεια συνδεδεμένη επιχείρηση.

Τέλος, μια επιχείρηση μπορεί να συνεχίσει να θεωρείται ανεξάρτητη εάν το όριο του 25% καλυφθεί ή ξεπεραστεί, όταν πρόκειται για ορισμένες κατηγορίες επενδυτών, όπως οι "επιχειρηματικοί άγγελοι" ή αλλιώς "business angels" (Παυλόπουλος, 2007).

3.2 Πλεονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αναμφισβήτητα συνεισφέρουν στην εθνική οικονομική ευημερία, αφού παράγουν ένα ουσιώδες μέρος των προϊόντων και των υπηρεσιών. Η ευελιξία στην παραγωγή, η γρήγορη και εύκολη αφομοίωση της τεχνολογίας και της καινοτομίας, η προσαρμοστικότητα στις συνθήκες της αγοράς, οι προσωπικές σχέσεις με τους πελάτες και η συμβολή τους στην ανάπτυξη και απασχόληση απομονωμένων περιοχών είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων.

Επιπλέον, η σπουδαιότητα και ο πολύ σημαντικός ρόλος που διαδραματίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο παγκόσμιο οικονομικό γίγνεσθαι, απορρέουν κατά κύριο λόγο από το μεγάλο αριθμό των πλεονεκτημάτων, που έχουν αναπτύξει στην προσπάθειά τους να ανταγωνιστούν τις μεγαλύτερες σε μέγεθος επιχειρήσεις. Τα κυριότερα πλεονεκτήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που εντοπίζουν διάφοροι μελετητές - ερευνητές τονίζονται παρακάτω:

- ❖ Ευελιξία: το μικρό τους μέγεθος, σε σχέση με τις μεγάλες εταιρείες, όπως πολυεθνικές, τις καθιστά περισσότερο ευέλικτες και ευπροσάρμοστες στις συνεχώς μεταβαλλόμενες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες. Ακόμη, δεν χαρακτηρίζονται από τις μεγάλες δύσκαμπτες γραφειοκρατικές δομές των

μεγάλων επιχειρήσεων και ως εκ' τούτου μπορούν να ανταποκριθούν με μεγαλύτερη ταχύτητα στις αλλαγές που συντελούνται.

- ❖ Ανάπτυξη Ενδοεπιχειρηματικότητας: οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συνήθως συνιστούν το προσφορότερο περιβάλλον για την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών από νέους ταλαντούχους, που επιζητούν οικονομική ανεξαρτησία και επαγγελματική αποκατάσταση. Έπειτα, διαχρονικός και ουσιαστικός είναι ο ρόλος της μικρομεσαίας επιχείρησης και του ιδιοκτήτη της στον τομέα των καινοτομιών (Πετράκης, 2004).
- ❖ Γρηγορότερη Υιοθέτηση των Νέων Τεχνολογιών: η ανάδυση της νέας τεχνολογίας των υπολογιστών βελτιώνει την παραγωγικότητα της μικρής και μεσαίας κλίμακας παραγωγής, σε σύγκριση με τις μεθόδους της μαζικής παραγωγής, όπως π.χ. φορντισμός και τείλορισμός (Carlsson, 1989).
- ❖ Αξιοποίηση Επιχειρηματικών Ταλέντων: κατά κανένα τρόπο δεν πρέπει να θεωρείται ως δεδομένο ότι, καθένας που αποφασίζει να αναπτύξει γενικά επιχειρηματική δραστηριότητα είναι και ταλέντο ή ότι γενικά η ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι ο μόνος τρόπος για την αξιοποίηση ατόμων ταλαντούχων.
- ❖ Συμβολή στην Πληρέστερη Απασχόληση των Συντελεστών της Παραγωγής και Κυρίως των Φυσικών Πόρων και του Εργατικού Δυναμικού: η συμβολή αυτή παίρνει ιδιαίτερη οικονομική και κοινωνική σημασία σε περιπτώσεις, όπου οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εγκαθίστανται σε περιοχές γεωγραφικά απομακρυσμένες και αποκομμένες από τα μεγάλα κέντρα οικονομικής δραστηριότητας, οι οποίες σπανίζουν στον ελληνικό χώρο.
- ❖ Δημιουργία Θέσεων Εργασίας: η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες. Επιπλέον, η εγκατάσταση μικρομεσαίων επιχειρήσεων συμβάλλει στην ανάπτυξη των προβληματικών περιοχών.
- ❖ Πληρέστερη Εξυπηρέτηση Καταναλωτικού Κοινού: διαθέτει η μικρομεσαία επιχείρηση ευελιξία στην επιλογή, αλλά και στην αλλαγή του τύπου εγκατάστασης και δύναται ως εκ' τούτου να βρίσκεται πάντα δίπλα στο καταναλωτικό της κοινό, προς το οποίο παρέχει άμεση εξυπηρέτηση. Ο

επιχειρηματίας έρχεται σε προσωπική επαφή με τον πελάτη. Ακόμη, έχει την ευκαιρία να διαγνώσει τις ιδιαίτερες προτιμήσεις του, να αναπτύξει δημόσιες σχέσεις με άμεση διαφήμιση των προϊόντων του (Σμυρνής, 2008).

- ❖ Μέση Εποπτεία Προσωπικού: λόγω του μικρού αριθμού των ατόμων, που εργάζονται στη μικρομεσαία επιχείρηση, ο επιχειρηματίας έχει τη δυνατότητα άσκησης προσωπικής επίβλεψης και άμεσης παροχής οδηγιών κατά τρόπο, ώστε να μην γίνονται σφάλματα και σπατάλη χρόνου και υλικών. Ωστόσο, παρέχεται η δυνατότητα ανάπτυξης σχέσεων αμοιβαίας εκτίμησης και εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρηματία και προσωπικού, γεγονός το οποίο συντελεί στη διατήρηση ευνοϊκού κλίματος για ειρηνική συνεργασία και αύξηση της απόδοσης στην εργασία. Ο ιδιοκτήτης της μεγάλης επιχείρησης στερείται κατά κανόνα, τη δυνατότητα για άμεση επικοινωνία με τους πελάτες ή το προσωπικό.
- ❖ Διευκόλυνση των Μεγάλων Επιχειρήσεων: σε πληθώρα περιπτώσεων, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εξειδικεύονται στη παραγωγή αγαθών ή τη παροχή υπηρεσιών απαραίτητων για τη διεξαγωγή της παραγωγικής διαδικασίας των μεγάλων επιχειρήσεων (Πετράκης, 2004).

3.3 Μειονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Στον αντίποδα των πλεονεκτημάτων, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις πρέπει να ξεπεράσουν ορισμένα σημαντικά μειονεκτήματα, τα οποία αποτελούν εμπόδιο για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξή τους. Οι οικονομικές επιδόσεις και η καινοτομία, η ανταπόκριση στις ανάγκες και η δημιουργία θέσεων εργασίας αποτελούν τη φωτεινή πλευρά της εικόνας των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Υπάρχουν όμως, και ορισμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τα οποία προέρχονται κυρίως από την ίδια τους τη φύση ως μικρομεσαίες.

Αρχικά, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν είναι ανταγωνιστικές σε σχέση με μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε χώρες του εξωτερικού. Τα προβλήματα των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν τη ρίζα τους στο κοινωνικό, πολιτικό και οικονομικό καθεστώς, που μαστίζει την ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια

καθώς και τη κουλτούρα του Έλληνα μικρομεσαίου επιχειρηματία. Το ελληνικό μοντέλο, με τον άνθρωπο "ορχήστρα" και την έλλειψη οργάνωσης, στελεχών και τεχνολογίας έχουν δημιουργήσει το σημερινό καθεστώς. Μερικά μειονεκτήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που εντοπίζουν διάφοροι μελετητές - ερευνητές αναφέρονται παρακάτω:

- Χρήση Παλαιάς Τεχνολογίας: το πρώτο πράγμα που είναι εμφανές στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα εργαλεία που χρησιμοποιούν πολλοί είναι απαρχαιωμένα, ενώ κάνουν κακή ή ελάχιστη χρήση του διαδικτύου, το οποίο πλέον είναι σε θέση να λύσει πολλά προβλήματα επικοινωνίας.
- Έλλειψη Πολιτικής: σε μια εταιρία η πολιτική διαμορφώνεται βάση του χαρακτήρα του επιχειρηματία. Η έλλειψη πολιτικής είναι πάρα πολύ εμφανής. Συνήθως, βασίζεται στις εντυπώσεις και στις συνήθειες που έχει ο ίδιος ο επιχειρηματίας. Λογικό είναι να δημιουργηθεί κάποια στιγμή πρόβλημα όταν χαράζουμε μια πολιτική χωρίς να έχουμε κάνει την ανάλογη έρευνα. Σπάνια, το πρόβλημα γίνεται αντιληπτό σύντομα. Ενώ, στην αγορά δεν υπάρχει ρευστότητα είναι ελάχιστες οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις που θα αλλάξουν πολιτικές εισπράξεων πριν χάσουν χρήματα (Σμυρνής, 2008).
- Έλλειψη Αντικειμενικής Αξιολόγησης: Σπάνια, σε μια επιχείρηση υπάρχει σήμερα αντικειμενική αξιολόγηση των εργαζομένων, η οποία να οδηγεί σε άμεση λήψη αποφάσεων προς όφελος της εταιρίας. Οι προσωπικές σχέσεις που αναπτύσσονται ανάμεσα στη διοίκηση και το προσωπικό θολώνουν το τοπίο κι ο επιχειρηματίας αρχίζει να σκέφτεται ανθρωποκεντρικά, αγνοώντας το προφανές. Ο υπάλληλος δεν παράγει αρκετά τις ώρες εργασίας, ώστε να δικαιολογήσει το μισθό του, με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν προβλήματα σε βάθος χρόνου σε ολόκληρο το φάσμα της επιχείρησης.
- Σύμβουλοι Επιχειρήσεων: ένας άλλος τομέας που γίνεται φτωχή χρήση στις περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι οι σύμβουλοι επιχειρήσεων. Ο εξωτερικός σύμβουλος που πιέζει τον επιχειρηματία για αποτέλεσμα, είναι ζωτικής σημασίας για την υγιή ανάπτυξη μιας οποιασδήποτε επιχείρησης. Οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις με τη νοοτροπία του παρελθόντος δεν εμπιστεύονται εξωτερικούς συμβούλους, θεωρώντας ότι "πληρώνουν αέρα".

Ακόμη, ο συγκεκριμένος αέρας είναι ζωτικής σημασίας καθώς είναι ο μόνος έλεγχος που ασκείται στον επιχειρηματία. Οι άνθρωποι που ξεκίνησαν μόνοι τους την εταιρία δεν έχουν συνηθίσει στον έλεγχο, με αποτέλεσμα να πληρώνεται ο εγωισμός τους, όταν παρουσιάζεται κάποιος που τους πιέζει για οποιοδήποτε αποτέλεσμα (Χανδρινός, Αλτίνογλου, Πέπε, 2005).

- Μεγάλη Έλλειψη Στοιχειώδους Επιχειρηματικού Σχεδίου και Στρατηγικού Προγραμματισμού: οι περισσότεροι επιχειρηματίες λειτουργούν ενστικτωδώς, χωρίς στρατηγική και συγγέουν τις προσωπικές επιθυμίες και φιλοδοξίες με τους επιχειρηματικούς στόχους.
- Μικρή Απορροφητικότητα των Κονδυλίων των Κοινοτικών Προγραμμάτων: που τις αφορούν, λόγω μη σωστής οργάνωσης και προγραμματισμού τους καθώς και της κρατικής γραφειοκρατίας.
- Χαμηλή Παραγωγικότητα Εργασίας: μικρότερη κατά τα 2/3 περίπου σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις (Foster, McChesney, Jonna, 2011).
- Αδυναμίες στην Ανάπτυξη Εξαγωγικής Δραστηριότητας: το μικρό μέγεθος των μονάδων, η μικρή παραγωγική δυναμικότητα, η έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών, το σχετικά υψηλό κόστος έρευνας αγοράς εξωτερικού, η έλλειψη δικτύων πληροφόρησης, η έλλειψη εξαγωγικής νοοτροπίας, εμπειρίας και ποιοτικού ελέγχου της παραγωγής σε πολλές από αυτές, αποτελούν βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες για τη προώθηση και ανάπτυξη των εξαγωγών στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Παράλληλα, η Ελλάδα στερείται επαρκών υποδομών σύνδεσης μεταξύ των πόλεων της με οδικούς, θαλάσσιους και σιδηροδρομικούς άξονες, ενώ και οι αεροπορικές συνδέσεις δεν είναι και τόσο αναπτυγμένες, ώστε να προωθήσουν τις εξαγωγές.
- Προμήθεια των Πρώτων Υλών: οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται σε δυσμενέστερη θέση από τις μεγάλες επιχειρήσεις στο θέμα της προμήθειας των πρώτων υλών. Βέβαια, αυτό οφείλεται στη δυσχέρεια πρόσβασης στις πηγές παραγωγής πρώτων υλών, λόγω μικρών ποσοτήτων, περιορισμένων διαθεσίμων και αδυναμίας έγκαιρου προγραμματισμού, με αποτέλεσμα τη κάλυψή τους από την ελεύθερη αγορά σε υψηλές τιμές.

- Υψηλότερα Επιτόκια: οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σίγουρα, υψηλότερα επιτόκια σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, αφού ο δανειστής, δηλαδή η τράπεζα, αντιμετωπίζει μεγαλύτερο λειτουργικό κόστος δανεισμού αλλά και πιο μεγάλο κίνδυνο, λόγω έλλειψης επαρκών εμπράγματων εγγυήσεων από πλευράς των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, λόγω του ότι επιθυμούν μεγαλύτερη ευελιξία και αμεσότητα, χρησιμοποιούν κυρίως βραχυπρόθεσμο δανεισμό σε σχέση με τον μακροπρόθεσμο, άρα υψηλότερα επιτόκια ακόμα και για απόκτηση παγίων στοιχείων. Συνεπώς, μεγάλη "πληγή" σχεδόν για το σύνολο των επιχειρήσεων αποδεικνύεται το κόστος χρήματος, οι επιταγές μακράς λήξεως οι οποίες και «σπάνε» στις τράπεζες, με τα τραπεζικά έξοδα να αποτελούν απαγορευτικό είδος για τον προϋπολογισμό και τις ταμειακές ροές των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (Μωράτης, 2005).

Στις μέρες μας, στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και του μονοπωλιακού καπιταλισμού, ο αδυσώπητος ανταγωνισμός μεταξύ των κεφαλαίων δημιουργεί τον κανόνα "το μεγάλο ψάρι τρώει το μικρό", με αποτέλεσμα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να είναι οι πρώτες που αποτελούν το θήραμα των μεγάλων επιχειρήσεων για εξαγορές (Foster, McChesney, Jonna, 2011). Διότι, εγγενές χαρακτηριστικό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ότι, έχουν πάρα πολύ περιορισμένους πόρους και αυτοί οι περιορισμοί μπορεί να αφορούν, είτε τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης, είτε τη δυνατότητα που αυτές έχουν, ώστε να χρηματοδοτηθούν από πιστωτικά ιδρύματα, όπως οι τράπεζες.

Επιπλέον, οι συγκεκριμένοι περιορισμοί έχουν σαν αποτέλεσμα να έχουν μεγάλες δυσκολίες στο να ανταγωνιστούν σε ίση βάση τις παγκοσμιοποιημένες επιχειρήσεις, αφού οι δεύτερες έχουν τη δυνατότητα να δαπανήσουν μεγάλα ποσά για ανάπτυξη νέων προϊόντων, τεχνολογία και έρευνα αγοράς. Παράλληλα, άλλο ένα χαρακτηριστικό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ότι έχουν έλλειψη από υψηλά εξειδικευμένο προσωπικό (specialist expertise).

Αυτό οφείλεται, κατά κύριο λόγο στους περιορισμένους χρηματικούς πόρους, είτε στην ιδιοσυγκρασία του ιδιοκτήτη της μικρομεσαίας επιχείρησης, ο οποίος στην πλειονότητα των περιπτώσεων ασκεί ένα συγκεκριμένο και αυταρχικό μοντέλο

διοίκησης. Βέβαια, ας σημειωθεί ότι η μεγάλη πλειονότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων λειτουργούν τοπικά και έχουν περιορισμένες δυνατότητες αύξησης του μεγέθους τους, σε αντίθεση με τους μεγαλύτερους ανταγωνιστές τους. Μάλιστα, πρέπει να αναφερθεί ότι εκείνοι έχουν πρόσβαση σε πολλές αγορές και ανευρίσκουν καινοτόμες ιδέες, μέσω της επαφής τους με πελάτες διαφορετικών απαιτήσεων και πολιτισμικών χαρακτηριστικών (Carson, 1985).

Τελικά, παρόλο που οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη "σπονδυλική στήλη" της οικονομίας, η επιβίωσή τους είναι δύσκολη και παρατηρείται το θλιβερό αποτέλεσμα της πολύ μεγάλης «νηπιακής θνησιμότητας» κυρίως από τις πολλές νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις, μόνο το 50% επιβιώνει για διάστημα μεγαλύτερο του ενάμιση έτους και από αυτό μόνο το 20% επιβιώνει για δεκαετία. Κύριος υπαίτιος αναφέρεται η κακή διαχείριση, με πιο συχνή αιτία τα υψηλά λειτουργικά έξοδα, τις επισφάλειες, τις διάφορες ανταγωνιστικές αδυναμίες και το υψηλό ποσοστό παγίου ενεργητικού (Κανελόπουλος, 2000).

3.4 Προβλήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Παρά το γεγονός ότι, η εύελκτη μορφή και οι καινοτομίες στην παραγωγή νέων προϊόντων κάνουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να έχουν ένα ξεχωριστό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, δυστυχώς οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσιάζουν υψηλό δείκτη «θνησιμότητας». Διαφορετικά, η ευκολία εισόδου χωρίς απαγορευτικές προϋποθέσεις για την ίδρυση μιας επιχείρησης μετατρέπεται πολύ εύκολα και σε αποτυχία.

Γενικές Κατηγορίες Προβλημάτων

1. Ανεπαρκής Χρηματοδότηση

- Υψηλές διοικητικές δαπάνες.
- Μικρή οικονομική επιφάνεια του επενδυτή.
- Έλλειψη κεφαλαίων για να ξεπεραστούν ορισμένα επενδυτικά λάθη.
- Υψηλά λειτουργικά κόστη.

- Σοβαρές δυσχέρειες προσφυγής σε μακροπρόθεσμο δανεισμό.
- Χαμηλές πωλήσεις.
- Έλλειψη κεφαλαίων για την εγκατάσταση της επιχείρησης στο κατάλληλο χώρο.
- Δυσκολία εύρεσης και αγοράς πρώτων υλών, αφού ευνοούν οι προμηθευτές τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις αντί τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

2. Διοικητικοί Παράγοντες

- Ανικανότητα του επιχειρηματία.
- Έλλειψη εμπειρίας και γνώσεων πάνω στην επιχείρηση και τα προϊόντα της.
- Απροθυμία της διοίκησης να επενδύσει στον απαιτούμενο χρόνο.
- Έλλειψη αποδοχής συμβουλευτικής γνώμης τρίτων σε συνδυασμό με ύπαρξη υπερβολικής εμπιστοσύνης στις δυνάμεις της διοίκησης.
- Ικανοποίηση της διοίκησης με παραδοσιακούς τρόπους λειτουργίας και με τη στασιμότητα.
- Προσωπικοί στόχοι της διοίκησης αντίθετοι με τους εταιρικούς.
- Κακή διοίκηση των διεθνών δραστηριοτήτων.

3. Ελλιπής Σχεδιασμός

- Δυσκολία απόκτησης πληροφοριών.
- Αβεβαιότητα και δυσκολία εκτίμησης των μελλοντικών δραστηριοτήτων.
- Γενική δυσκολία εκτίμησης της νομισματικής αξίας των άυλων καινοτομικών δραστηριοτήτων.

- Έλλειψη επίσημου σχεδιασμού, προγραμματισμού, οργάνωσης και χρήσης νέων τεχνολογιών και προϊόντων.
- Μειωμένη ικανότητα προσαρμογής στις εξελίξεις, μέσω στρατηγικού σχεδιασμού.
- Έλλειψη γνώσης ή διορατικότητας σχετικά με τον τόπο εγκατάστασης της επιχείρησης.
- Αδυναμία πρόβλεψης οικονομικών αναγκών.

4. Απαρχαιωμένες Μέθοδοι

- Έλλειψη σύγχρονου εξοπλισμού.
- Ανεπάρκεια πληροφοριών που αφορούν στην αγορά και στην τεχνολογία.
- Έλλειψη επαρκών μεθόδων και συστημάτων ελέγχου εξόδων, αποθεμάτων και προσωπικού.
- Περιορισμένη εφαρμογή μεθόδων και τεχνικών διασφάλισης ποιότητας.
- Έλλειψη επισήμου οργανωμένου σχεδιασμού.
- Χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης των πιο βασικών λειτουργιών και μεθόδων management.
- Έλλειψη δικτύωσης μεταξύ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- Μειωμένη δυνατότητα υλοποίησης διάφορων μελετών και προγραμμάτων εκσυγχρονισμού.
- Έλλειψη διαφοροποίησης τελικών προϊόντων.
- Ελλιπής γνώση των σύγχρονων μεθόδων marketing, διαφήμισης και πωλήσεων.

5. Υψηλή «Νηπιακή Θνησιμότητα»

- Μεγάλη ευκολία εισόδου.
- Κακή διοίκηση.
- Υψηλά λειτουργικά έξοδα.
- Κακοπληρωτές πελάτες.
- Διάφορες ανταγωνιστικές αδυναμίες.
- Κακή επιλογή τοποθεσίας.
- Δυσκολίες και προβλήματα με αποθέματα.
- Υπερβολικά μεγάλο ποσοστό παγίων ενεργητικών.

6. Έλλειψη Τεχνολογικής Έρευνας

- Δυσκολία πρόσβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην καινοτομία.
- Αδυναμία έρευνας και ανάπτυξης, λόγω μεγέθους και χρηματοοικονομικών πόρων.
- Χαλαρή σύνδεση του εκπαιδευτικού και ερευνητικού συστήματος με τις ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- Ανεπαρκής υποστήριξη μεταφοράς τεχνογνωσίας από αναπτυγμένα κέντρα.
- Υψηλό κόστος διατήρησης των απαιτούμενων για την έρευνα εργαστηριακών εγκαταστάσεων και επιστημονικού προσωπικού.

7. Ανταγωνιστικοί Παράγοντες

- Κλάδος με αυξανόμενη ένταση του ανταγωνισμού.
- Ανώτερη οργανωτική και διοικητική ικανότητα των ανταγωνιστών.

- Προνομιακή κατάσταση των ανταγωνιστών σήμερα, λόγω αποκλειστικής εκμετάλλευσης ορισμένων πρώτων υλών ή και προϊόντων.
- Αδυναμία εύρεσης της κατάλληλης αγοράς για τα προϊόντα της επιχείρησης.
- Περιορισμένη αντίληψη και εκμετάλλευση της διεθνοποίησης και της παγκοσμιοποίησης της αγοράς.

8. Έλλειψη Ειδικευμένου Προσωπικού

- Αδυναμία μεταβίβαση εξουσιών και αρμοδιοτήτων.
- Μη εύρεση προσωπικού με τα κατάλληλα προσόντα.
- Αδυναμία παροχής ανταγωνιστικών ημερομίσθιων - μισθών.
- Παροχή χαμηλών κινήτρων.
- Έλλειψη ευκαιριών για επαγγελματική εξέλιξη.
- Χαμηλό επίπεδο διοικητικών στελεχών.
- Πολλαπλότητα καθηκόντων για το ήδη υπάρχον προσωπικό της επιχείρησης.
- Ελλιπής επαγγελματική κατάρτιση.
- Χαμηλό επίπεδο εκπαίδευσης του απασχολούμενου ανθρώπινου δυναμικού.
- Ανεπάρκεια προγραμμάτων επανεκπαίδευσης.
- Χαλαρή σύνδεση του εκπαιδευτικού και ερευνητικού συστήματος με τις ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- Ανεπαρκής υποστήριξη μεταφοράς τεχνογνωσίας και διοίκησης προσωπικού από ανεπτυγμένα κέντρα.
- Χαμηλό επίπεδο συμβουλευτικών υπηρεσιών προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις, λόγω έλλειψης ολοκληρωμένων κέντρων εξυπηρέτησης και υποστήριξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

9. Κλάδος σε Παρακμή

- Είσοδος και λειτουργία σε κλάδο που έχει χαμηλό ρυθμό ανάπτυξης.
- Κλάδος με χαμηλά εμπόδια εισόδου.
- Είσοδος και λειτουργία σε κλάδο που είναι σε παρακμή.

10. Πολυπλοκότητα Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος

- Υπερβολική γραφειοκρατία.
- Διαφθορά κρατικών στελεχών.
- Πολύπλοκη νομοθεσία.
- Υψηλός κρατικός παρεμβατισμός.
- Κοινωνικοπολιτική αστάθεια.
- Διαφορετικές κουλτούρες λαών.
- Νομικοί και διοικητικοί περιορισμοί.
- Πληθώρα κανονιστικών διατάξεων.
- Δανειοληπτικοί κίνδυνοι.
- Περιβαλλοντικοί περιορισμοί.
- Έθιμα και παραδόσεις.
- Δασμολογικοί περιορισμοί.
- Μεταβλητότητα συναλλαγματικής ισοτιμίας.
- Επιτόκια δανεισμού και πληθωριστικές πιέσεις.
- Νομοθεσία για την υγιεινή και την ασφάλεια.
- Ελλιπής προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας από μέρους της πολιτείας.

- Φορολογικοί περιορισμοί και στρεβλώσεις του ανταγωνισμού, λόγω έμμεσης φορολογίας, δυσανάλογοι φόροι στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Τελικά, οι παράγοντες που είναι σημαντικοί για την πορεία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι: 1) ο επιχειρηματίας, 2) το προϊόν και οι δραστηριότητες της μικρομεσαίας επιχείρησης και 3) το περιβάλλον της μικρομεσαίας επιχείρησης. Βέβαια, ο υψηλός δείκτης θνησιμότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οφείλεται εκτός από τα άλλα και στο αυξανόμενο μονοπώλιο των μεγάλων επιχειρήσεων. Ο πόλεμος τιμών και η διαφορετική τιμολογιακή πολιτική των μεγάλων επιχειρήσεων βγάζουν "εκτός αγοράς" τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Μηλιαράκης, 2009).

Προφανώς, εκτός από τις βασικές αιτίες «θνησιμότητας» η επιβίωση μιας επιχείρησης και ειδικά μιας μικρομεσαίας επιχείρησης εξαρτάται από την οργάνωση, τη διοίκηση και τη λειτουργία της. Αναμφίβολα, ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων συνεχώς μεγαλώνει και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις διοικητικές απαιτήσεις των μεγάλων επιχειρήσεων λόγω: 1) της αδυναμίας του επιχειρηματία, 2) της έλλειψης εμπειρίας σε διοικητικά θέματα και σε προϊόντα, 3) της χρηματοοικονομικής λειτουργίας της επιχείρησης.

Καταλήγοντας, σίγουρα ο πιο σημαντικός παράγοντας επιτυχίας ή αποτυχίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ο επιχειρηματίας. Γενικότερα, ας τονιστεί ότι η έλλειψη διοικητικής εμπειρίας και η μη καταλληλότητα του επιχειρηματία είναι βασική αιτία αποτυχίας της επιχείρησης (Παλάσκας, 2003).

Κεφάλαιο 4^ο: Υφιστάμενη Κατάσταση Στην Ελλάδα

Στην ενότητα αυτή αναφέρεται ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τη χώρα μας και η σημασία τους για την ελληνική οικονομία. Επιπλέον, γίνεται αναφορά στις στρατηγικές ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στα επιχειρησιακά προγράμματα που τις προωθούν στη χώρα μας. Τέλος, καταγράφεται η ευρωπαϊκή πολιτική ενίσχυσης της μικρομεσαίας επιχείρησης που ξεκίνησε από το 1986 και συνεχίζεται μέχρι σήμερα από τα κράτη - μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

4.1 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα

Η Ελλάδα είναι κυριολεκτικά η χώρα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο της ελληνικής οικονομικής ζωής, αφού το 99,95% των επιχειρήσεων ανήκει στην κατηγορία αυτή. Σύμφωνα, με αποτελέσματα της απογραφής επιχειρήσεων της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (2011) στην χώρα μας δραστηριοποιούνται 727.883 μικρομεσαίες επιχειρήσεις στους κλάδους της γεωργίας, της δασοκομίας, της αλιείας ή των κατά κύριο λόγο μη εμπορικών υπηρεσιών, όπως η εκπαίδευση και η υγεία.

Αρχικά, επιχειρήσεις με λιγότερα από 100 άτομα προσωπικό αποτελούν το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων και απασχολούν περίπου το 60% του εργατικού δυναμικού στο δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Σημαντικότερη είναι η θέση των «μικρών» επιχειρήσεων, οι οποίες απασχολούν μέχρι και 10 άτομα προσωπικό καθώς αποτελούν το 96,3% του συνόλου των επιχειρήσεων, σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ. (Ρεπούσης, 2007). Έτσι, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις γενικά με βάση τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής απασχολούν 255.492 εργαζόμενους.

Παράλληλα, από το σύνολο οι πολύ μικρές επιχειρήσεις, δηλαδή αυτές που απασχολούν έως 10 εργαζομένους ανέρχονται σε 703.648 και απασχολούν 1.338.671 εργαζομένους. Ο αριθμός των μικρών επιχειρήσεων, αυτές δηλαδή που απασχολούν λιγότερα από 50 άτομα, ανέρχεται σε 21.586 απασχολώντας 404.290 εργαζομένους. Τα στοιχεία αυτά φανερώνουν τη σημασία και το ρόλο που διαδραματίζουν οι

μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην ελληνική οικονομία και ιδιαίτερα οι πολύ μικρές "micro" επιχειρήσεις, που κατά το πλείστον είναι κυρίως οικογενειακές επιχειρήσεις.

Με άλλα λόγια, η συμβολή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην απασχόληση είναι σημαντική. Εντούτοις, η Ελλάδα έχει το χειρότερο ρυθμιστικό πλαίσιο σε σχέση με οποιοδήποτε ανεπτυγμένη χώρα του Ο.Ο.Σ.Α. που αριθμεί 30 μέλη, σύμφωνα με έρευνα της Παγκόσμιας Τράπεζας. Επιπλέον, η συγκεκριμένη τράπεζα αξιολογεί το επιχειρηματικό περιβάλλον για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε 181 χώρες και παρουσιάζει το Reuters. Ακόμη, εξαιτίας της γραφειοκρατίας και των μεγάλων καθυστερήσεων για τη λήψη των απαραίτητων εγκρίσεων, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 96η θέση στην ετήσια έκθεση, που δημοσιεύθηκε τον Σεπτέμβριο του 2008.

Ήδη, έχει αρχίσει να διαφαίνεται ο αντίκτυπος της διεθνούς οικονομικής κρίσης και στην πραγματική οικονομία της χώρας μας. Φυσικά, λόγω έλλειψης ρευστότητας, σε ολόκληρη την Ελλάδα μια σειρά επιχειρήσεων βάζουν λουκέτο. Εξαιτίας, αυτού του γεγονότος εκατοντάδες εργαζόμενοι αφήνονται στο δρόμο και οδηγούνται στην οικονομική ανέχεια, τόσο οι ίδιοι, όσο και οι οικογένειές τους. Διότι, γενικότερα το κλείσιμο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που αποτελούν τη "ραχοκοκαλιά" της ελληνικής οικονομίας δημιουργεί μια σειρά από προβλήματα.

Αναμφίβολα, ο τομέας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ο πιο σημαντικός για την Ελλάδα από το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης και οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις τείνουν να είναι μικρότερες από τις αντίστοιχες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παράλληλα, η κρίση προκάλεσε ραγδαία μείωση του αριθμού των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, η οποία εκτιμάται να αντιστοιχεί σε 90.000 χιλιάδες μονάδες μεταξύ του 2008 και του 2011. Φυσικά, είναι σαφές ότι οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν πληγεί σοβαρά από την παρατεταμένη ύφεση βέβαια, σε βαθμό δυσανάλογα μεγαλύτερο σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013).

Ωστόσο, τη τελευταία πενταετία καταγράφονται σταθερά αρνητικά ποσοστά μεγέθυνσης του Α.Ε.Π. σε τιμές του 2005. Η παρατεταμένη ύφεση και η σταθερή αύξηση των ποσοστών ανεργίας είχαν πολύ αρνητικό σωρευτικό αντίκτυπο στις εταιρείες, ιδιαίτερα τις μικρές και πάρα πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν τη συντριπτική πλειονότητα των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Όσο αφορά, το συνολικό αριθμό και τη συμβολή στην απασχόληση και τη συνολική προστιθέμενη αξία γενικά, ο τομέας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα εξαρτάται περισσότερο από τις πολύ μικρές επιχειρήσεις απ' ό,τι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες (Ρεπούσης, 2007).

Η Ελλάδα ανήκει στην ομάδα των χωρών όπου, μαζί με την Ισπανία, τη Πορτογαλία και την Ιταλία, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιστοιχούν σε υψηλότερο ποσοστό της συνολικής απασχόλησης σε σύγκριση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Λοιπόν, η απασχόληση συγκεντρώνεται κυρίως στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες παρέχουν περισσότερες από το ήμισυ του συνόλου των θέσεων εργασίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στο σύνολο της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι περίπου 30%. Ακόμη, μπορεί να επιβεβαιωθεί ο βαθύτερος αντίκτυπος της κρίσης στις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, από τα γενικά στοιχεία για τον κατασκευαστικό και τον μεταποιητικό κλάδο. Γενικά, στον κατασκευαστικό κλάδο, τόσο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όσο και οι μεγάλες επιχειρήσεις υπέστησαν σημαντική κάμψη την περίοδο 2008 - 2012.

Ειδικότερα, αυτή η αρνητική ανάπτυξη επιβεβαιώνεται από τη σταθερή πτώση του αριθμού των αδειών οικοδόμησης που χορηγούνται: - 11,1% (2010), - 28,5% (2011) και - 36,7% (2012). Παράλληλα, ο δείκτης κατασκευών, που καλύπτει τα κτίρια και τα δημόσια έργα, μειώθηκε κατά - 29,2% (2010), - 28,1% (2011), - 26,1% (2012) και - 19,0% (2013). Σε σύγκριση, με τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις υπέστησαν τη μεγαλύτερη μείωση του αριθμού των εργαζομένων, αφού μεγάλες επιχειρήσεις: - 19% και μικρομεσαίες επιχειρήσεις - 35%, ενώ η προστιθέμενη αξία είναι στις μεγάλες επιχειρήσεις: - 20% και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις - 33%.

Αυτό μπορεί να αποδοθεί στο γεγονός ότι, η εξαφάνιση μεγάλων δημόσιων συμβάσεων ώθησε τις μεγάλες επιχειρήσεις να στραφούν σε πολύ μικρότερα κατασκευαστικά έργα, εκτοπίζοντας τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επιπλέον, ορισμένες μεγάλες επιχειρήσεις έχουν μετακινηθεί προς περιβαλλοντικά / ενεργειακά έργα, όπως π.χ. αιολικά πάρκα, ενεργειακή υποδομή, ανανεώσιμες πηγές ενέργειας ή έργα διαχείρισης / ανακύκλωσης αποβλήτων. Αντίθετα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως στην ιδιωτική αγορά, η οποία κατέρρευσε μετά το 2009.

Επιπρόσθετα, όπως όλες οι εταιρείες ανεξαρτήτως μεγέθους οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με την οικονομική κρίση και σε ορισμένες περιπτώσεις, με το κλείσιμο χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Η ακραία απροθυμία των τραπεζών να δανείζουν τις ελληνικές εταιρείες εξαιτίας των αυστηρών χρηματοδοτικών περιορισμών, λόγω της κρίσης του εθνικού χρέους επιδεινώνει τον κύκλο της οικονομικής ύφεσης και πλήττει σοβαρά τις προσπάθειες των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2013).

Κανένας σχεδόν, εξειδικευμένος μηχανισμός χρηματοδοτικής στήριξης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν έχει μείνει σίγουρα, ανεπηρέαστος από τη τρέχουσα χρηματοπιστωτική κατάσταση και κατά κανόνα η πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε δάνεια, πιστώσεις και χρηματοδοτικές πηγές είναι περιορισμένη. Παρόλα αυτά, όπως αναφέρει αναλυτικά ο Γενικός Διευθυντής Στρατηγικής και Δραστηριοτήτων Εξωτερικού ή Chief Economist, ο κύριος Παύλος Μυλωνάς σε έρευνά του για λογαριασμό της Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδας, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποδεικνύονται αρκετά ευέλικτες.

Συγκεκριμένα, σε μια συγκυρία όπου τα έσοδά τους μειώθηκαν κατάφεραν να περιορίσουν το κόστος εργασίας αρκετά, ώστε να παραμείνει σταθερό το ποσοστό των εσόδων. Τελικά, ο περιορισμός του κόστους εργασίας πάνω από 50% τη πενταετία 2007 - 2011 επιτεύχθηκε αρχικά, κυρίως μέσω μείωσης του μέσου μισθού, που συνέβαλε κατά 28% και δευτερευόντως μέσω μείωσης προσωπικού, που συνέβαλε με βάση τα στοιχεία κατά 25% (Μυλωνάς, Τζάκου - Λαμπροπούλου, 2014).

4.2 Οικονομία της Χώρας και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Στις μέρες μας, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη "ραχοκοκαλιά" της οικονομίας της Ελλάδας. Αρχικά, στη χώρα μας σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία της απογραφής επιχειρήσεων που διεξήγαγε η Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία το 2013, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούσαν το 99,9% του συνόλου των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνταν. Με άλλα λόγια, το στοιχείο αυτό από μόνο του φανερώνει

τη σημαντικότητα και τη σπουδαιότητα, που έχουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις για την οικονομία της Ελλάδας (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013).

Όπως, η Ευρωπαϊκή Ένωση αρκετά έγκαιρα συνειδητοποίησε τη σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναφορικά, με τις δυνατότητες που έχουν λόγω της ευελιξίας τους και της απλής οργανωτικής δομής τους. Έτσι, αυτό το στοιχείο τις χαρακτηρίζει στην αντιμετώπιση κρίσιμων, τόσο οικονομικών, όσο και κοινωνικών προβλημάτων και γενικά η Ελληνική Κυβέρνηση αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Διότι, μέσω αυτών είναι δυνατή η παραπέρα οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη αλλά και η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης.

Αντίστοιχα, το Υπουργείο στις αρμοδιότητες του οποίου περιλαμβάνονται και τα θέματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ακολουθώντας τις συστάσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης στα πλαίσια της εναρμόνισης με το ευρωπαϊκό κεκτημένο δραστηριοποιείται τα τελευταία χρόνια με την σε βάθος μελέτη των γενικότερων προβλημάτων. Φυσικά, αυτών που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αλλά και των ειδικών εκάστου τομέα, όπως τη μεταποίηση του εμπορίου και των υπηρεσιών (Αράπογλου, 2008).

Στόχος των ειδικευμένων αυτών μελετών είναι η διερεύνηση των δυνατοτήτων για τον τρόπο παροχής και υποστήριξης αναπτυξιακών μέτρων προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Μέσω του σχεδιασμού και της υλοποίησης κατάλληλων προγραμμάτων και τη δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος, που θα συμβάλει στην επίλυση των διαφόρων προβλημάτων τους και στην παραπέρα ανάπτυξή τους.

Τελικά, η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην ανάπτυξη της οικονομικής δραστηριότητας και στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας γίνεται περισσότερο αντιληπτή, όταν γίνεται πιο συγκεκριμένη ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας. Οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι ο μεγαλύτερος και δυναμικότερος τομέας με τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης (Ελληνική Στατιστική Αρχή, 2013).

4.3 Στρατηγικές Ενίσχυσης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Επιπλέον, οι στρατηγικές ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μπορούν να αναφερθούν συνοπτικά παρακάτω ως εξής:

1. Δημιουργία απλοποιημένου νομικού, θεσμικού και διοικητικού πλαισίου για τη λειτουργία τους.
2. Βελτίωση του χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος.
3. Υποβοήθησή τους, ώστε να διεθνοποιήσουν τις δραστηριότητές τους και να αναπροσανατολίσουν ανάλογα την ακολουθούμενη στρατηγική, μέσω πιο βελτιωμένων συστημάτων και υπηρεσιών πληροφόρησης.
4. Βελτίωση της πρόσβασής τους στην έρευνα, στην τεχνολογική ανανέωση, στη κατάρτιση, όπως επίσης και στις υπηρεσίες πληροφόρησης.
5. Λεπτομερή μελέτη των γενικών και ειδικών προβλημάτων εκάστου τομέα και κλάδου αντίστοιχα. Για την αντιμετώπιση των προβλημάτων προβλέπεται η ανάπτυξη μιας μακροχρόνιας πολιτικής με δράσεις και ενέργειες, χωρίς γραφειοκρατικές και χρονοβόρες μεθόδους.
6. Εισαγωγή προγραμμάτων και σχεδίων που διευκολύνουν τη μακροχρόνια πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε χρηματοδοτικά μέσα.
7. Δημιουργία των απαραίτητων ενδιάμεσων φορέων, που θα ασχολούνται με τα θέματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και θα έχουν υποστηρικτικό ρόλο για τη πρόοδο και την ανάπτυξή τους.
8. Μείωση και απλοποίηση των γραφειοκρατικών διαδικασιών.
9. Υιοθέτηση καινοτόμων στρατηγικών διοίκησης.
10. Εκπαίδευση κυρίως μέσω σεμιναρίων, των ιδιοκτητών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Παράλληλα, για την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναπτύχθηκε το πρόγραμμα «Ενίσχυση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», που δραστηριοποιούνται στους τομείς Μεταποίησης - Τουρισμού - Εμπορίου & Υπηρεσιών. Ακόμη, αποτελεί

μια επιμέρους πρωτοβουλία του Υπουργείου Οικονομία, Ανάπτυξης και Τουρισμού με στόχο την ενίσχυση υφιστάμενων, νέων και υπό σύσταση πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, που θα υλοποιήσουν επενδύσεις προσανατολισμένες στη καινοτομία, το περιβάλλον και τις τεχνολογίες πληροφορικής.

Ο προϋπολογισμός της παρούσας προκήρυξης ανέρχεται σε 456.000.000 € και υλοποιείται στις 13 Περιφέρειες της χώρας μας, στους σχετικούς άξονες των πέντε Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (Π.Ε.Π.). Αξίζει να τονιστεί ότι, τα επιχειρησιακά προγράμματα της περιόδου 2007 - 2013 που αφορούν την ενίσχυση των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι: 1) το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» καθώς και 2) το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ψηφιακή Σύγκλιση». Αρχικά, όσο αφορά το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» έχει ως κύριο σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων και του παραγωγικού συστήματος της χώρας, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στη διάσταση της καινοτομίας.

Βέβαια, οι παρεμβάσεις που υλοποιούνται από το συγκεκριμένο πρόγραμμα αποσκοπούν στη προώθηση του συστήματος Έρευνας, Ανάπτυξης και Καινοτομίας της χώρας μας. Αλλά, και στη διασύνδεση του συστήματος με τον παραγωγικό ιστό καθώς και στην ενίσχυση του επιχειρηματικού ιστού και την ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων, συμπεριλαμβανομένης της επιχειρησιακής δικτύωσης. Παράλληλα, αποσκοπούν στην ενίσχυση των δομών στήριξης της επιχειρηματικότητας, στη βελτίωση των μηχανισμών εποπτείας της αγοράς, στην υποστήριξη δομών υποδοχής επιχειρηματικών και καινοτόμων δράσεων καθώς και στην εξασφάλιση της ενεργειακής επάρκειας της χώρας, μέσω των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ψηφιακή Σύγκλιση» περιλαμβάνει προώθηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (Τ.Π.Ε.) σε επιχειρήσεις, ανασχεδιασμό διαδικασιών του δημόσιου τομέα, προώθηση της επιχειρηματικότητας σε τομείς που χρησιμοποιούν τις Τ.Π.Ε., ανάπτυξη ψηφιακών υπηρεσιών της δημόσιας διοίκησης για τον πολίτη και τέλος βελτίωση καθημερινής ζωής, μέσω των Τ.Π.Ε. Αναλυτικά, τα επιθυμητά αποτελέσματα από τις δράσεις του Ε.Σ.Π.Α. στους τομείς Επιχειρηματικότητα - Έρευνα και Τεχνολογία - Ψηφιακή Σύγκλιση, είναι:

- ✓ Ενίσχυση των επιχειρήσεων και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

- ✓ Αναβάθμιση τουριστικών κλινών.
- ✓ Ενίσχυση επιχειρήσεων για δράσεις έρευνας και τεχνολογίας.
- ✓ Αύξηση των διατιθέμενων πόρων για δράσεις έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης.
- ✓ Δημιουργία νέων πόλων καινοτομίας, έρευνας και τεχνολογίας.
- ✓ Μεγάλο ποσοστό των βασικών δημοσίων υπηρεσιών θα διατίθενται στους πολίτες και στις επιχειρήσεις ηλεκτρονικά.
- ✓ Αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων, που αναπτύσσουν καινοτόμες δραστηριότητες και προϊόντα (Ενίσχυση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, 2013).

4.4 Ευρωπαϊκή Πολιτική Ενίσχυσης της Μικρομεσαίας Επιχείρησης

Παρόλο, που γενικά οι περισσότερες ενέργειες υπέρ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων πραγματοποιούνται σε εθνικό επίπεδο και η Ευρωπαϊκή Ένωση από την πλευρά της βοηθάει μέσω μιας σειράς οδηγιών και προγραμμάτων. Υποστηρίζει με ενεργό τρόπο την ανάπτυξη δικτύων για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τη διεξαγωγή προγραμμάτων για την εκπαίδευση στελεχών για μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τέλος ασκεί πολιτική ενθάρρυνσης της συμμετοχής των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε κάποιο πρόγραμμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αρχικά, όσο αφορά τον τομέα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων η πρώτη πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης διαμορφώθηκε το 1986 και από τότε έχει διευρυνθεί και ενισχυθεί. Οι γενικότεροι στόχοι της πολιτικής σε σχέση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι οι ακόλουθοι:

- Διευκόλυνση της δημιουργίας του κατάλληλου περιβάλλοντος για την ανάπτυξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- Βελτίωση του ανταγωνισμού.
- Ενθάρρυνση της δημιουργίας μικρομεσαίων επιχειρήσεων και ανάπτυξη των ήδη υφιστάμενων.

- Διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων.

Επιπρόσθετα, ο ευρωπαϊκός χάρτης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τον οποίο ενέκρινε το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, περιλαμβάνει τις πρόνοιες εκείνες με βάση τις οποίες η κατάσταση των μικρών επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα μπορεί να βελτιωθεί. Φυσικά, αυτό θα συμβεί με μέτρα τόνωσης της επιχειρηματικότητας, με "φιλικές" προς τις μικρές επιχειρήσεις πολιτικές και με μέτρα στήριξης των επιμέρους οικονομικών μονάδων, που λειτουργούν ως μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Άλλωστε, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κυρίως τελούν υπό το κράτος των παρεμβάσεων στην αγορά των μεγάλων επιχειρήσεων και ως εκ τούτου τα μέτρα τόνωσης και στήριξης είναι απολύτως απαραίτητα για τη βιωσιμότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Αξιοσημείωτο είναι ότι, με τον ευρωπαϊκό χάρτη για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τα κράτη - μέλη δεσμεύτηκαν:

1. να ενισχύουν το καινοτόμο και επιχειρηματικό πνεύμα.
2. να επιδιώξουν ένα ρυθμιστικό, φορολογικό και διοικητικό πλαίσιο, έτσι ώστε να διευκολύνει την επιχειρηματική δραστηριότητα.
3. να διασφαλίσουν την πρόσβαση σε αγορές βάσει ελάχιστων απαιτήσεων, οι οποίες συνάδουν με τους στόχους προτεραιοτήτων της δημόσιας πολιτικής.
4. να διευκολύνουν την πρόσβαση στις καλύτερες μεθόδους τεχνολογίας και έρευνας.
5. να βελτιώσουν την πρόσβαση σε χρηματοδοτικά μέσα, με συνέπεια τη βελτίωση και ανάπτυξη των επιδόσεων των μικρών επιχειρήσεων.

Ωστόσο, με την επικύρωση του χάρτη αυτού, τα κράτη - μέλη δεσμεύτηκαν να εργαστούν για την επίτευξη των παραπάνω στόχων. Επιπλέον, ας επισημανθεί ότι το πολυετές πρόγραμμα για τις επιχειρήσεις και το επιχειρηματικό πνεύμα προβλέπει την ανάπτυξη της πολιτικής στα στάδια της Ευρωπαϊκής Κοινότητας για τις επιχειρήσεις, μέσω μιας νέας διαδικασίας συντονισμού με τα κράτη - μέλη η γνωστή διαδικασία B.E.S.T. Παράλληλα, το συγκεκριμένο πρόγραμμα αφορά όχι μόνο τις χώρες της Ευρωπαϊκής Κοινότητας αλλά και τις σημερινές χώρες του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου (European Commission, 2013).

Αναλυτικότερα, το πρόγραμμα αυτό στοχεύει στην ενίσχυση της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας των μικρών επιχειρήσεων σε μια διεθνοποιημένη οικονομία της γνώσης και στη προαγωγή του επιχειρηματικού πνεύματος. Επίσης, αποσκοπεί πιο συγκεκριμένα στην απλούστευση και στη βελτίωση του διοικητικού και κανονιστικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων καθώς και στη δημιουργία κινήτρων για τη χρηματοδότηση.

Τελειώνοντας, η βελτίωση του χρηματοδοτικού περιβάλλοντος των μικρών επιχειρήσεων προνοείται να στηριχθεί: α) με τη μορφή εγγυήσεων δανείων, β) με τη χορήγηση κεφαλαίων και γ) με τη διευκόλυνση της πρόσβασης των επιχειρήσεων αυτών στις υπηρεσίες υποστήριξης, στα κοινοτικά προγράμματα και στα δίκτυα, στα πλαίσια μιας ευρύτερης πολιτικής προαγωγής των σκοπών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την εξυπηρέτηση όχι μόνο των τοπικών και εθνικών οικονομιών αλλά και για την εξυπηρέτηση ευρύτερα του ευρωπαϊκού οικονομικού χώρου (Μηλιαράκης, 2009).

Κεφάλαιο 5ο: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Ανταγωνιστικότητα

Στην ενότητα αυτή αναλύονται αρχικά οι παράγοντες της ανταγωνιστικότητας σχετικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στη συνέχεια παρουσιάζονται μέτρα για τη βελτίωση αυτών των παραγόντων. Έπειτα, προτείνονται ορισμένες ενέργειες που μπορούν να αναλάβουν σε συνδυασμό με μέτρα, τα οποία ήδη εμφανίζονται στις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Τελειώνοντας, ως επισημανθεί ότι τα συγκεκριμένα μέτρα και οι ενέργειες αναφέρονται σε διαφορετικές κατηγορίες.

5.1 Παράγοντες της Ανταγωνιστικότητας

Η χώρα μας τα τελευταία χρόνια, σύμφωνα πάντα με τα μακροοικονομικά μεγέθη και τους δείκτες, εμφανίζει μια οικονομική μεγέθυνση η οποία όμως, δε συμβαδίζει με την αντίστοιχη επιχειρηματική ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα, δεν υπάρχει βελτίωση της ανταγωνιστικής ικανότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν οξύμενο, τόσο διεθνή, όσο και εγχώριο ανταγωνισμό και υφίστανται τη προοπτική περαιτέρω συρρίκνωσης.

Ακόμη, αυτό το γεγονός έχει ως αποτέλεσμα να εγείρει μεγάλο προβληματισμό για την αναπτυξιακή πορεία της χώρας και τη προώθηση των στόχων της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ωστόσο, οι κύριες διαστάσεις του προβλήματος των χαμηλών επιδόσεων και της ασθενούς ανταγωνιστικότητας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων συνοψίζονται στη διάθρωση της ελληνικής οικονομίας. Από την άλλη πλευρά, η διάθρωση της οικονομίας μας είναι πάρα πολύ προσανατολισμένη σε παραδοσιακές, μεταποιητικές δραστηριότητες χαμηλής ειδίκευσης και μικρής προστιθέμενης αξίας και στην ανεπάρκεια του θεσμικού πλαισίου, τόσο σε τοπικό, όσο και σε εθνικό επίπεδο (Παλάσκας, 2003).

Παράλληλα, οι σχετικές αναλύσεις που αφορούν την ανταγωνιστικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων υποδεικνύουν τρεις ομάδες παραγόντων καθοριστικών της ανταγωνιστικής τους ικανότητας:

- Εξωτερικό περιβάλλον

- Ενδοεπιχειρησιακούς παράγοντες
- Συμπεριφορά του επιχειρηματία

Διότι, οι εξ' ορισμού περιορισμένοι πόροι και εμβέλεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην αγορά τις κάνει πιο ευάλωτες στις εξωτερικές επιρροές και τις πολιτικοοικονομικές ανακατατάξεις συγκριτικά, με τις πιο μεγάλες επιχειρήσεις επηρεάζοντας, τόσο τα ενδοεπιχειρησιακά χαρακτηριστικά, όσο και τη συμπεριφορά του επιχειρηματία.

Επιπρόσθετα, γενικά η έλλειψη κατάλληλα ειδικευμένου εργατικού δυναμικού αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες ανάπτυξης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Το γεγονός αυτό οφείλεται, κυρίως στις τεχνολογικές αλλαγές, στις μεταβαλλόμενες δομές εργασίας, στη διεθνοποίηση των αγορών, στη γήρανση του εργατικού δυναμικού στην Ευρώπη, που υφίσταται ακόμη και σήμερα στην Ελλάδα και στην αδυναμία του επίσημου συστήματος εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης «να συναντήσει τις σημερινές ανάγκες του παραγωγικού συστήματος».

Λοιπόν, η χαμηλή παραγωγικότητα εργασίας αποδίδεται στις παραπάνω αιτίες, η οποία σε συνδυασμό μαζί με τη χαμηλή επένδυση και τη χρήση νέων τεχνολογιών οδηγούν σε μείωση της ικανότητας ανταγωνισμού των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Οι παράγοντες που ευθύνονται για το χαμηλό επίπεδο του εργατικού δυναμικού και τη δυσκολία ανάπτυξής του στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι:

- Συχνά βραχυπρόθεσμη απασχόληση των εργαζομένων.
- Κόστος εκπαίδευσης.
- Απροθυμία των επιχειρηματιών και των διευθυντών για επενδύσεις σε ανθρώπινους πόρους.
- Περιορισμένη ικανότητα των επιχειρηματιών και των διευθυντών να αντιληφθούν τις ανάγκες τους ή να προσεγγίσουν εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Καταλήγοντας, η αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθορίζεται από την επαγγελματική κατάρτιση, είτε την αρχική και

συνεχιζόμενη, είτε τη δια βίου εκπαίδευση, τόσο των εργαζομένων, όσο και των στελεχών (Παλάσκας, 2003).

5.2 Μέτρα για την Βελτίωση της Ανταγωνιστικότητας

Γενικά, τα προηγούμενα προβλήματα δρουν περιοριστικά ως προς την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες θα πρέπει να λάβουν ειδικά μέτρα, τόσο για τον εκσυγχρονισμό, όσο και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους. Στη συνέχεια, προτείνονται ορισμένες ενέργειες που μπορούν να αναλάβουν σε συνδυασμό με μέτρα, τα οποία ήδη εμφανίζονται στις υπόλοιπες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

5.2.1 Έρευνα και Ανάπτυξη

Αρχικά, οι κινητήριες δυνάμεις της ευρωπαϊκής ανταγωνιστικότητας είναι η έρευνα, η τεχνολογική ανάπτυξη και η καινοτομία, που βοηθούν την Ευρώπη να διατηρεί την παγκόσμια πρωτοπορία. Οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα πρέπει να δαπανήσουν σημαντικά ποσά για έρευνα και ανάπτυξη προκειμένου να αναπτύξουν βελτιωμένα ή νέα προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας, που θα τις βοηθήσουν να βελτιώσουν τα περιθώρια κέρδους τους.

Οι οικονομίες κλίμακας και η έρευνα για ανάπτυξη έχουν γίνει οι πλέον σημαντικοί παράγοντες ανταγωνισμού στην παγκόσμια οικονομία. Επιπρόσθετα, εν όψει της παγκοσμιοποίησης οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται σε μειονεκτική θέση ως προς τους παράγοντες ανταγωνισμού. Παρόλα αυτά, έχουν κατορθώσει να βελτιώσουν τη θέση τους στις παγκόσμιες αγορές. Η νέα τεχνολογία δημιουργεί μονοπωλιακό περιβάλλον για μια επιχείρηση, τουλάχιστον προσωρινά. Αυτή η κατάσταση τους δίνει τη δυνατότητα δημιουργίας υψηλών κερδών, τα οποία θα χρησιμοποιήσουν στη συνέχεια για ανάπτυξη και εφαρμογή νέας τεχνολογίας.

Παράλληλα, η τεχνολογία είναι μια από τις πρωταρχικές δυνάμεις προώθησης της οικονομικής παγκοσμιοποίησης. Βέβαια, λόγω του υψηλού κόστους κεφαλαίου που τις χαρακτηρίζει, προτείνεται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να λάβουν τα εξής μέτρα:

- Συνεργασίες με Πανεπιστημιακά και Ερευνητικά Ιδρύματα. Πρόσφατη βιβλιογραφία αναφέρει ότι, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ευνοούνται από την έρευνα και ανάπτυξη που γίνεται σε πανεπιστημιακά ιδρύματα και σε μεγάλες ιδιωτικές επιχειρήσεις.
- Συνεργασία με Άλλες Επιχειρήσεις ή Εξαγορές Μικρών Επιχειρήσεων με Έντονο Τεχνολογικό Προσανατολισμό. Οι συνεργασίες μπορούν να επιδιώξουν επίσης, την εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας παραγωγής επιτυγχάνοντας έτσι, μείωση του κατά μονάδα κόστους. Για τη μεταφορά τεχνολογίας από μια χώρα σε άλλη, οι συνεργασίες ή joint ventures, μεταξύ της μητέρας εταιρίας και θυγατρικών θεωρούνται ως πολύ αποτελεσματικές (UNCTAD, 1993).

Σύμφωνα με την Audrey (2001), οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παράγουν διπλάσιες καινοτομίες ανά απασχολούμενο από τις μεγάλες επιχειρήσεις, παρόλο που διαθέτουν λιγότερα χρήματα για έρευνα και ανάπτυξη.

5.2.2 Συνεργασίες Επιχειρήσεων

Αξίζει να σημειωθεί ότι, η συνεργασία των επιχειρήσεων προάγει την παραγωγικότητα, την ανάπτυξη και την ανταγωνιστική θέση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επομένως, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να συνδυάσουν τα πλεονεκτήματα της μικρής κλίμακας παραγωγής με αυτά της μεγάλης κλίμακας. Οι συνεργασίες αυτές μπορούν να επεκταθούν εκτός της έρευνας και ανάπτυξης νέας τεχνολογίας και σε άλλους τομείς όπως:

- ✓ Πρόσβαση σε νέες διεθνείς αγορές.
- ✓ Διεύρυνση και συμπλήρωση της γραμμής παραγωγής.
- ✓ Ταχύτερη διείσδυση σε μια νέα αγορά με τη χρήση του δικτύου πώλησης και διανομής της συνεργαζόμενης επιχείρησης και με τη γνώση της πάνω σε τοπικές αγορές.
- ✓ Μείωση του κόστους παραγωγής, μέσω της από κοινού χρήσης παραγωγικών μέσων αλλά και της ανταλλαγής εμπειρίας και τεχνολογίας στην παραγωγή.
- ✓ Μείωση του κόστους παραγωγής με τη μαζική προμήθεια πρώτων υλών.

- ✓ Πρόσβαση σε πηγές κεφαλαίων.

Εντούτοις, στις συνεργασίες των επιχειρήσεων μπορεί να βοηθήσει η κυβερνητική πολιτική, μέσω παροχής εκπαίδευσης, πληροφόρησης, υποδομής κ.λπ., είτε σε δίκτυα ή σε γεωγραφικά συγκεντρωμένα δίκτυα. Όμως, η πολιτική στήριξης των συνεργασιών μικρομεσαίων επιχειρήσεων θα πρέπει να υποστηρίζει γενικά τις υπάρχουσες συνεργασίες και όχι να δημιουργεί καινούργιες, καθόσον η ενέργεια αυτή εμπεριέχει υψηλό κόστος και κινδύνους.

5.2.3 Δραστηριοποίηση σε Κυψέλες της Αγοράς

Στην Ελλάδα η στρατηγική marketing των μικρομεσαίων επιχειρήσεων θα πρέπει να κατευθύνεται προς εξειδικευμένες κυψέλες αγοράς, που δεν απαιτούν τεχνολογική πρωτοπορία. Για να αποφύγουν τον ανταγωνισμό από προϊόντα χαμηλού κόστους, που προέρχονται από τις υπό ανάπτυξη χώρες θα πρέπει να φροντίσουν να αναπτύξουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, τα οποία δεν είναι εύκολο να μιμηθούν οι χώρες αυτές.

Αναλυτικότερα, η δραστηριοποίηση σε κυψέλες της αγοράς δεν αντιμετωπίζει ανταγωνισμό από τις μεγάλες επιχειρήσεις, αφού η αγορά για αυτές είναι πολύ μικρή για να δραστηριοποιηθούν σε αυτή. Στη συνέχεια, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα πρέπει να προσπαθήσουν να εξειδικευθούν στην παραγωγή συγκεκριμένων προϊόντων προσανατολιζόμενες προς τις ιδιαίτερες προτιμήσεις των καταναλωτών, δεδομένου ότι απευθύνονται σε περιορισμένων διαστάσεων αγορές με ατομικότητα στη ζήτηση.

Από την άλλη μεριά, η χρήση του internet βοηθά στο marketing σε κυψέλες της αγοράς. Διότι, μόνο έτσι επιτυγχάνεται αύξηση πωλήσεων μέσω εξαγωγών και εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας. Μια άλλη στρατηγική marketing για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, είναι η δημιουργία επώνυμων προϊόντων για τις υπό ανάπτυξη χώρες, όπως τα Βαλκάνια, η Ανατολική Ευρώπη, η Αφρική και η Ασία. Επιβάλλεται επομένως, για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις η απόκτηση ικανοτήτων και ειδικών ανθρώπων στο marketing, προκειμένου να δύνανται να παρακολουθούν τις εξελίξεις στην ευρωπαϊκή και τη διεθνή αγορά.

5.2.4 Βελτίωση των Διοικητικών και Φορολογικών Ρυθμίσεων

Ωστόσο, γενικά η γραφειοκρατία και οι διοικητικές ρυθμίσεις δυσκολεύουν τη λειτουργία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε όλη την Ευρώπη και εμποδίζουν την οικονομική ανάπτυξή τους. Παράλληλα, όλες οι ευρωπαϊκές χώρες αναγνωρίζουν την ύπαρξη του προβλήματος και έχουν λάβει μέτρα για την βελτίωσή του. Η κατάσταση βέβαια, στη χώρα μας σήμερα είναι πολύ χειρότερη και για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων προτείνονται βέβαια ορισμένες παρεμβάσεις όπως:

- ❖ Αναθεώρηση, απλοποίηση και εκσυγχρονισμός του κώδικα βιβλίων και στοιχείων. Στην τωρινή κατάσταση, οι επιχειρήσεις επιβαρύνονται σε χρόνο και χρήμα, ενώ κινδυνεύουν να υποστούν απρόβλεπτες κυρώσεις.
- ❖ Κατάργηση ή δραστικός περιορισμός θεώρησης των βιβλίων, των στοιχείων και των απαιτούμενων δικαιολογητικών.
- ❖ Εξυπηρέτηση των επιχειρήσεων από τις φορολογικές αρχές με fax, τηλέφωνο και e - mail.
- ❖ Βελτίωση των φορολογικών εντύπων, των δηλώσεων και καθιέρωση της χρήσης ηλεκτρονικών μέσων για υποβολή δηλώσεων.
- ❖ Σαφής και ορθή διαδικασία ελέγχου των επιχειρήσεων από τις φορολογικές αρχές.

Τελικά, η σταθερότητα στη φορολογική πολιτική αποτελεί ακόμη μια κρίσιμη παράμετρο για τη διαμόρφωση ενός ευνοϊκού επιχειρηματικού περιβάλλοντος και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Οι έκτακτες φορολογικές επιβαρύνσεις θα πρέπει να αποφεύγονται διότι, σίγουρα δημιουργούν αβεβαιότητα και έχουν αρνητικές επιπτώσεις.

5.2.5 Πληροφόρηση

Όλο και πιο σημαντική για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι η πρόσβαση σε πληροφορίες σχετικές με την επιχείρηση αλλά, τόσο σε πρωτοβουλίες, όσο και σε

ενέργειες κρατών ή ξένων αγορών. Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός καθιστά επίσης την πληροφόρηση επιτακτική ανάγκη για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Έτσι, λοιπόν για να ανταποκριθούν τα κράτη βελτιώνουν τη δυνατότητα πρόσβασής τους στην πληροφόρηση. Τα νέα μέτρα εστιάζονται στη συγκέντρωση των πληροφοριών σε κέντρα πληροφόρησης, είτε σε φυσική μορφή σε τοπικό επίπεδο, είτε μέσω του internet. Σίγουρα, τα σημαντικότερα μέτρα που έχουν ληφθεί από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ως προς αυτή τη κατεύθυνση είναι:

- Ενημέρωση για όλα τα μέτρα που λαμβάνονται από την κυβέρνηση υπέρ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μέσω του internet.
- Τηλεφωνική γραμμή πληροφόρησης για μέτρα υπέρ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δηλαδή, προγράμματα, νομοθεσία, ευκαιρίες και γενικά σε επιχειρησιακά θέματα.
- Σελίδα στο internet που μπορεί να συνδέεται με τους οργανισμούς υποστήριξης επιχειρήσεων.
- One - stop - shops πληροφόρηση.
- Πληροφοριακά κέντρα για διοικητικές διατυπώσεις, που αφορούν κυρίως τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- Επιχορήγηση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατά 50% των δαπανών, που συνεπάγεται η χρήση εξωτερικής πληροφόρησης καθώς και συμβουλευτικών υπηρεσιών.

Κεφάλαιο 6ο: Χρηματοδότηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Σε αυτή την ενότητα γίνεται η περιγραφή της σχέσης του ελληνικού τραπεζικού συστήματος με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Παράλληλα, τονίζονται οι πιο γνωστοί και αποδοτικοί τρόποι χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χώρα μας. Επιπρόσθετα, αναφέρονται τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη χώρα μας. Στη συνέχεια, αναλύονται ειδικότερα οι πηγές χρηματοδότησης των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων όσο αφορά τις τράπεζες που δανείζουν τα χρήματα και τα προγράμματα χρηματοδότησης. Τέλος, επισημαίνονται πιο συγκεκριμένα τα προβλήματα χρηματοδότησης των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

6.1 Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα και Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Πάρα πολύ μεγάλες μεταβολές έχουν σημειωθεί την τελευταία εικοσαετία στην επιχειρηματική πίστη με τεράστιες ανατροπές στη παροχή πιστώσεων προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η σταδιακή μείωση της δέσμευσης των τραπεζών να διαθέτουν ένα ποσοστό επί των καταθέσεών τους προκάλεσε την κατακόρυφη πτώση του μεριδίου των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη συνολική χρηματοδότηση του ιδιωτικού τομέα από τις εμπορικές τράπεζες. Το ποσοστό επί των καταθέσεων ήταν για τη διαμόρφωση του ειδικού κεφαλαίου χαμηλότοκης χρηματοδότησης της βιοτεχνίας, μέχρι την οριστική του κατάργηση κατά το 1993.

Γεγονός που αποτέλεσε σημαντικό μειονέκτημα για την περαιτέρω ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, δεδομένου ότι η χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στηρίχθηκε κατά τη περίοδο 1987 - 1992 κατά σημαντικό ποσοστό, της τάξεως του 63% - 73%, στο ειδικό κεφάλαιο της Απόφασης της Νομισματικής Επιτροπής (Α.Ν.Ε.) 197/78, που αφορούσε τις χορηγήσεις βιοτεχνικών δανείων από το τραπεζικό σύστημα. Παράλληλα, στα τέλη του 1998 έγινε η κατάργηση του συστήματος δεσμεύσεων και αποδεσμεύσεων επί χορηγήσεων, που περιόρισε ακόμη περισσότερο την δανειοδότηση των τραπεζών προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αφού δεν είχαν πλέον κίνητρα για αποδεσμεύσεις.

Στη συνέχεια, μεγάλες δυσκολίες στη χρηματοδότηση των μικρότερων από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις επέφερε η μείωση της εγγύησης του Ελληνικού Δημοσίου στο 60% των βιοτεχνικών δανείων, οι καθυστερήσεις του Δημοσίου, και οι γραφειοκρατικές διαδικασίες για την πληρωμή των εγγυήσεων. Καθώς επίσης και το γεγονός ότι, τράπεζες ειδικού σκοπού έπαψαν να υφίστανται, όπως οι επενδυτικές, οι ναυτιλιακές και οι κτηματικές. Εντούτοις, ο τομέας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει ευνοηθεί, ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια από την ταχύτατη ανάπτυξη του τραπεζικού συστήματος στη χώρα μας.

Η αναθεώρηση της πολιτικής, τόσο των θεσμικών οργάνων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όσο και των κρατών μελών που αναγνώρισαν και εκτίμησαν το ρόλο και τη συνεισφορά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομία. Ειδικότερα, δόθηκε έμφαση στη συμβολή τους στην απασχόληση, την παραγωγή και την προσκόλλησή τους στις τοπικές κοινωνίες, που είχαν ως αποτέλεσμα να αναβαθμιστεί η πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο τραπεζικό σύστημα και τα σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία.

Παράλληλα, οι ελληνικές τράπεζες προσφέρουν στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις μια μεγάλη γκάμα χρηματοδοτικών προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Έτσι, συμβάλλουν αποφασιστικά σε όλες τις επιχειρηματικές λειτουργίες τους, από την αξιοποίηση επιχειρηματικών ιδεών, την εκμετάλλευση νέων ευκαιριών και τη διάνοιξη νέων αγορών μέχρι την εσωτερική αναδιοργάνωση, την ανάπτυξη ανθρωπίνου δυναμικού, τον εκσυγχρονισμό μηχανογραφικών συστημάτων και τη χάραξη αλλά και την εφαρμογή μακροπρόθεσμων στρατηγικών.

Φυσικά, τα κίνητρα για την συγκεκριμένη αντιμετώπιση προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι:

- Η αύξηση των προμηθειών.
- Η σταθεροποίηση των περιθωρίων πάνω από το βασικό επιτόκιο.
- Οι ομοιόμορφες υπηρεσίες με σκοπό τη μείωση του κόστους διαχείρισης δανεισμού προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Αράπογλου, 2008).

Τελειώνοντας, σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι ο λόγος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προς τα συνολικά υπόλοιπα χρηματοδότησής τους υστερεί σημαντικά έναντι των αντίστοιχων στα άλλα κράτη μέλη της.

6.2 Μορφές Χρηματοδότησης

Αναμφισβήτητα, ένα από τα συνηθέστερα προβλήματα που σίγουρα θα έχει να αντιμετωπίσει μια μικρομεσαία επιχείρηση είναι η εύρεση χρηματοδότησης. Οι πιο γνωστοί τρόποι χρηματοδότησης στο ευρύ κοινό είναι η αύξηση μετοχικού και το τραπεζικό δάνειο. Όμως, υπάρχουν και άλλοι σύγχρονοι εναλλακτικοί τρόποι με κεφάλαια που προέρχονται από το Δημόσιο, την Ευρωπαϊκή Ένωση, άλλους χρηματοδοτικούς φορείς εκτός των πιστωτικών ιδρυμάτων και ιδιώτες επενδυτές.

Στα πλαίσια της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, το Ελληνικό Δημόσιο συμμετέχει στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω προγραμμάτων που προκηρύσσονται από διάφορους οργανισμούς και φορείς, όπως τον Ο.Α.Ε.Δ., το Γ' Κ.Π.Σ., τον Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ., τον Ε.Ο.Τ., το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, το Υπουργείο Ανάπτυξης, την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας κ.α. Σήμερα, η παγκόσμια συγκυρία είναι εξαιρετικά δύσκολη για την εύρεση χρηματοδότησης καθώς το παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό σύστημα έχει κλονιστεί ιδιαίτερα στην εποχή μας. Επιπλέον, οι βασικές ανάγκες χρηματοδότησης μιας επιχείρησης σήμερα είναι:

- ❖ Κατά την Αρχική Φάση ~ Έναρξη και Εγκατάσταση.
- ❖ Κεφάλαια Κίνησης ~ Τρέχουσα / Βραχυπρόθεσμη Βάση.
- ❖ Επενδύσεις Παγίου Εξοπλισμού / Μέσο - Μακροπρόθεσμος Σχεδιασμός.
- ❖ Επενδύσεις Μακροπρόθεσμου Σχεδιασμού ~ Επαγγελματική Σχέση και Επέκταση Παραγωγής κ.λπ. (Χουλιάρας, 2001).

Συνεχίζοντας, θα αναλύσουμε στις επόμενες υποενότητες όλους τους τρόπους, με τους οποίους μπορεί μια επιχείρηση να αντλήσει κεφάλαια από την τραπεζική αγορά και από άλλες πηγές (Τακόπουλος, 2009).

6.2.1 Τραπεζικός Δανεισμός

Αρχικά, ας αναφερθεί ότι σήμερα οι περισσότερες νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις καταφεύγουν για τη χρηματοδότησή τους στις τραπεζικές πηγές, είτε για την κάλυψη του αρχικού επενδυτικού κόστους, όπως αγορά εξοπλισμού, πρώτη εγκατάσταση κ.λπ., είτε για την τρέχουσα λειτουργία τους, όπως κεφάλαιο κίνησης. Όμως, το ίδιο συμβαίνει και από τις τράπεζες καθώς τα τελευταία χρόνια παρατηρείται στροφή προς τη χρηματοδότηση μεγάλου πλήθους μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Γενικά, αυτό συμβαίνει διότι οι τράπεζες βλέπουν ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση δείχνει όλο και περισσότερο ενδιαφέρον για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σκοπό σήμερα να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά τους, αφού η αγορά αυτών αξιολογείται, περίπου στις 800.000. Έτσι, ο μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων επιτρέπει στις τράπεζες να δίνουν πολλά δάνεια, με αποτέλεσμα να γίνεται διασπορά του κινδύνου σε πολύ μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων. Τα συγκεκριμένα δάνεια, δίνονται με πιο υψηλά επιτόκια σε σχέση με αυτά που δανείζονται οι μεγάλες επιχειρήσεις (Αράπογλου, 2008).

Με αυτόν τον τρόπο, δημιουργείται στις τράπεζες μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους. Το γεγονός όμως ότι, βασίζεται στη λογική των εξασφαλίσεων / εγγυήσεων για την αποπληρωμή του δανείου αποθαρρύνει πολλούς επιχειρηματίες, ιδιαίτερα νέους, που συνήθως πρέπει να έχουν ήδη κάποιο περιουσιακό στοιχείο να διαθέσουν ως εγγύηση σε περίπτωση που δεν μπορέσουν να το αποπληρώσουν. Εξαιτίας, αυτού του γεγονότος αποκλείεται ένας μεγάλος αριθμός επιχειρηματιών που αν και έχουν ένα πολύ καλό επιχειρηματικό σχέδιο δεν μπορούν να το υλοποιήσουν, γιατί δεν διαθέτουν τις εξασφαλίσεις που απαιτούνται από τις τράπεζες.

Επιπροσθέτως, οι μεγάλες επιχειρήσεις στράφηκαν έτσι σε άλλες μορφές χρηματοδότησης πέραν του τραπεζικού συστήματος, με αποτέλεσμα οι τράπεζες να χάσουν σημαντικό μέρος της πελατείας τους. Συνέπεια όλων αυτών, είναι η ανταγωνιστικότητα των τραπεζών να αυξηθεί σημαντικά, να μειωθούν τα επιτόκιά τους και να αναπτυχθεί μια σειρά από σύγχρονα χρηματοδοτικά προϊόντα, τα οποία να καλύπτουν εξειδικευμένες ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Υπάρχουν δυο μεγάλες κατηγορίες δανείων προς τις επιχειρήσεις: 1) Δάνεια Κεφαλαίου Κίνησης και 2) Μακροπρόθεσμα Δάνεια (Γεωργιάδης, 2008).

Αναλυτικά, τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης αποσκοπούν στη βελτίωση της ρευστότητας της επιχείρησης, είναι από τη φύση τους μικρής διάρκειας και χρησιμοποιούνται κυρίως για αγορές εμπορευμάτων, για πληρωμές τρεχόντων εξόδων κ.λπ. Από την άλλη πλευρά, βέβαια τα μακροπρόθεσμα δάνεια αφορούν την απόκτηση επαγγελματικής στέγης και εξοπλισμού, όπως μηχανήματα και μέσα μεταφοράς, είναι μακράς διάρκειας και το επιτόκιο τους συνήθως είναι χαμηλότερο, λόγω της μεγαλύτερης διάρκειας αποπληρωμής τους (Χουλιάρης, 2001).

Ωστόσο, ας επισημανθεί ότι ο όρος δάνειο ορίζεται ως η παροχή κεφαλαίου από φυσικό ή νομικό πρόσωπο, κατά κανόνα τραπεζικό ή άλλο πιστωτικό ίδρυμα, σε ενδιαφερόμενο χρήστη με την υποχρέωση ο δανειολήπτης να επιστρέψει το κεφάλαιο μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα και σίγουρα αυξημένο, κατά τον συμφωνημένο τόκο. Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί ότι, ο τραπεζικός δανεισμός σήμερα είναι ο πιο συνηθέστερος τρόπος στον οποίο καταφεύγουν οι επιχειρήσεις για να βρουν χρηματοδότηση.

Δάνειο Κεφαλαίου Κίνησης

Καταρχήν, το κεφάλαιο κίνησης αφορά το χρηματικό ποσό που πρέπει να δεσμευτεί, προκειμένου να εξασφαλιστεί η εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης στις εκάστοτε συνθήκες της αγοράς. Ειδικότερα, γίνεται λόγος για δάνεια, είτε σε αποθέματα πρώτων υλών και έτοιμων προϊόντων, είτε σε πιστώσεις προς τους πελάτες. Τα δάνεια για κεφάλαιο κίνησης χορηγούνται από τις τράπεζες, για να καλύψουν μόνιμες ή εποχικές ανάγκες των επιχειρήσεων.

Δίνονται με σκοπό να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις, ώστε να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα ρευστότητας, που προκύπτουν από τον ετεροχρονισμό των εισπράξεων και των πληρωμών τους. Συνεπώς, με άλλα λόγια τα δάνεια για κεφάλαια κίνησης είναι βραχυπρόθεσμα δάνεια ή πιστώσεις, τα οποία εξασφαλίζουν τον κίνδυνο της μη αποπληρωμής τους, είτε κρατώντας ενέχυρο τις επιταγές των πελατών της επιχείρησης, είτε λαμβάνοντας προσωπικές ενοχικές εγγυήσεις με μόνη την υπογραφή των εκπροσώπων ή των φορέων των επιχειρήσεων, ή ακόμη και υποθηκεύοντας ακίνητα της εταιρίας.

Οι χορηγήσεις δανείων προς κάλυψη αναγκών κεφαλαίου κίνησης μπορούν να δοθούν σε παραγωγικές επιχειρήσεις αλλά και σε επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών, σε περίπτωση που αποδεδειγμένα υπάρχουν ετεροχρονισμοί μεταξύ εσόδων - εξόδων. Η χρονική διάρκεια χορήγησης του συγκεκριμένου δανείου ποικίλει και μπορεί να είναι, είτε ανακυκλούμενη ανά 3 έως 5 μήνες, είτε εφάπαξ, για παράδειγμα 3 χρόνια. Ο δανειολήπτης μπορεί να εξοφλήσει μέρος ή το σύνολο της οφειλής του, ενώ έχει τη δυνατότητα να επαναδανείζεται, όταν έχει ανάγκη, το όριο που του έχει χορηγηθεί, χωρίς να απαιτείται να επιστρέφει σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα το κεφάλαιο που χρησιμοποίησε (Τακόπουλος, 2009).

Ωστόσο, τα δάνεια για κεφάλαια κίνησης χορηγούνται συνήθως με τη μορφή:

1. Πιστωτικού Ορίου: το οποίο καλύπτει άμεσες βραχυπρόθεσμες ανάγκες της επιχείρησης που επαναλαμβάνονται.
2. Τοκοχρεολυτικού Δανείου: το οποίο καλύπτει καθημερινές ανάγκες, οι οποίες επαναλαμβάνονται και δεν μπορούν να εξοφληθούν σε μικρό χρονικό διάστημα.

Οι κυριότερες ανάγκες που καλύπτονται από την πρώτη περίπτωση δανείων, δηλαδή το πιστωτικό όριο, είναι η εξόφληση τιμολογίων προμηθευτών, η παροχή πιστώσεων στους πελάτες, η κάλυψη της μισθοδοσίας του προσωπικού, η πληρωμή των εργοδοτικών εισφορών και λοιπά. Τα δάνεια αυτά έχουν τα εξής χαρακτηριστικά:

- Μπορούν να καλύψουν γενικότερα μεγάλο ποσοστό του κύκλου εργασιών της επιχείρησης.
- Η επιχείρηση μπορεί να κάνει ελεύθερες αναλήψεις και καταβολές ανάλογα με τις ανάγκες της.
- Η επιχείρηση πληρώνει τόκο μόνο για το διάστημα που χρησιμοποιεί το δάνειο.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των δανείων της κατηγορίας πιστωτικού ορίου είναι η αύξηση ρευστότητας στην επιχείρηση, η δυνατότητα αύξησης των πωλήσεών της, η δυνατότητα αγοράς πρώτων υλών με έκπτωση καθώς και οι φορολογικές απαλλαγές. Όσο αφορά, στη δεύτερη μορφή χορήγησης δανείου για κεφάλαιο κίνησης, δηλαδή τα τοκοχρεολυτικά δάνεια, αυτά χρηματοδοτούν τις

ανάγκες των επιχειρήσεων γενικά, που αφορούν την επέκταση εργασιών, έκτακτες φορολογικές υποχρεώσεις κ.λπ.

Συνοπτικά, τα δάνεια για κεφάλαιο κίνησης απευθύνονται στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, στις μικρομεσαίες βιοτεχνίες, σε μικρομεσαίες κατασκευαστικές επιχειρήσεις και σε επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Παλαιότερα, οι τράπεζες περιόριζαν την χρηματοδότηση για κεφάλαια κίνησης μέχρι και ένα ποσοστό του τσίρου. Σήμερα, υπάρχει φιλελευθεροποίηση ως προς το ποσοστό χρηματοδότησης (Αράπογλου, 2008).

Μακροπρόθεσμα Δάνεια

Όσο αφορά, το μακροπρόθεσμο δάνειο είναι το δάνειο, κατά το οποίο ο δανειολήπτης έχει την υποχρέωση να επιστρέψει το χρηματικό ποσό που δανείστηκε, σε χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του ενός έτους. Οι νομικές υποχρεώσεις των συμβαλλομένων, δηλαδή του δανειοδότη και του δανειολήπτη, καλύπτονται με συμβόλαια και ο κίνδυνος να μην πάρει πίσω η τράπεζα το ποσό που δάνεισε, εξασφαλίζεται με υποθήκη ακινήτων του πελάτη. Όμως, λόγω μειωμένων κινδύνων τα επιτόκια είναι κατά κανόνα χαμηλότερα.

Βέβαια, η αποπληρωμή του μακροπρόθεσμου δανείου μπορεί να συμφωνηθεί να γίνεται, είτε σε ίσες δόσεις κεφαλαίου, οπότε ο ετήσιος τόκος υπολογίζεται στο υπόλοιπο του κεφαλαίου που παραμένει στη διάθεση του δανειολήπτη, είτε σε ίσα τοκοχρεολύσια, οπότε η ετήσια δόση υπολογίζεται βάση μαθηματικού τύπου. Σκοπός λήψης ενός μακροπρόθεσμου δανείου μπορεί να είναι η επαγγελματική στέγη ή και η αγορά πάγιου εξοπλισμού. (Mateev et al, 2011).

Τέλος, τα δάνεια επαγγελματικής στέγης μπορούν να χρηματοδοτήσουν μέχρι και το 100% της αξίας του ακινήτου και η διάρκειά τους κυμαίνεται από 3 μέχρι και 30 χρόνια, ανάλογα με τη σύμβαση που έχουν συμφωνήσει η εκάστοτε τράπεζα και ο πελάτης. Σε αντίθεση με τα δάνεια επαγγελματικής στέγης, η αποπληρωμή των δανείων για αγορά πάγιου εξοπλισμού φτάνει τα 15 χρόνια. Η χρηματοδότηση μπορεί να καλύψει ολόκληρη την επένδυση της αγοράς του πάγιου εξοπλισμού, ενώ η εκταμίευση μπορεί να γίνει, είτε εφάπαξ, είτε σταδιακά με την εξέλιξη των αγορών.

6.2.2 Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capital)

Αναμφισβήτητα, ένας εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης που πρόσφατα ξεκίνησε και στην Ελλάδα είναι μέσω των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών που είναι ευρύτερα γνωστά με την διεθνή τους ονομασία, δηλαδή venture capital. Σήμερα, στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται στο χώρο του venture capital 20 περίπου εταιρείες. Το venture capital αποτελεί κατά κανόνα μορφή χρηματοδότησης που απευθύνεται σε νέες, φιλόδοξες και ταχέως αναπτυσσόμενες εταιρείες, που συνήθως εκμεταλλεύονται επιχειρηματικά καινοτόμες ιδέες.

Στη συνέχεια, το venture capital γενικά ορίζεται ως μέσο - μακροπρόθεσμες επενδύσεις υψηλής απόδοσης και υψηλού κινδύνου με συμμετοχή στα ίδια κεφάλαια νέων ή ταχέως αναπτυσσόμενων μη εισηγμένων επιχειρήσεων. Εναλλακτικά, άλλος ένας ορισμός του venture capital είναι ένας τρόπο χρηματοδότησης της ίδρυσης, ανάπτυξης ή εξαγοράς μιας εταιρείας, βάσει του οποίου ο επενδυτής γενικότερα αποκτά τμήμα του μετοχικού κεφαλαίου της εταιρείας ως αντάλλαγμα για την παροχή χρηματοδότησης (British Venture Capital Association, 2003).

Το venture capital είναι ένα χρηματοδοτικό εργαλείο που εμφανίστηκε στη δεκαετία του 1950 στις Η.Π.Α. και αρκετά χρόνια αργότερα παρουσιάζεται δυναμικά στη Μεγάλη Βρετανία καθώς επίσης και στις άλλες χώρες της Δυτικής Ευρώπης. Είναι πάρα πολύ νέο σαν θεσμός στην Ελλάδα ο πρώτος σχετικός νόμος 1775/88, όπου όμως αναπτύσσεται πάρα πολύ γρήγορα ειδικά την τελευταία πενταετία. Μετά την χρηματιστηριακή άνοξη στην Ελλάδα και τη μεταφορά τεραστίων κεφαλαίων από τραπεζικές καταθέσεις σε αγορές μετοχών, ο ενθουσιασμός των επενδυτών έχει μειωθεί και οι επενδυτές στρέφονται και θα στραφούν στο μέλλον σε μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες τοποθετήσεις (Kortum, Lerner, 2000).

Αυτό έχει συμβεί και στις χώρες, όπου το venture capital ανθεί. Γενικά, η χρηματοδότηση μιας εταιρίας από ένα venture capital fund γίνεται με τη μορφή της συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας. Κυρίως, μέσω αύξησής του κατά την οποία δεν συμμετέχουν οι υφιστάμενοι μέτοχοι προκειμένου να συμμετάσχει η εταιρεία επιχειρηματικών κεφαλαίων. Με άλλα λόγια, οι εταιρείες venture capital χρησιμοποιούν και διάφορα άλλα εργαλεία για να πραγματοποιήσουν τις επενδύσεις τους, όπως προνομιούχες μετοχές ή μετατρέψιμα ομολογιακά δάνεια.

Η κεφαλαιακή ενίσχυση μιας εταιρείας είναι δυνατή, τόσο σε αρχικό στάδιο, όπως σποράς ή εκκίνησης, όσο και σε μεταγενέστερο, όπως ανάπτυξης ή εξαγοράς. Οι αποδόσεις στις οποίες αποβλέπουν οι εταιρείες venture capital είναι ανάλογες του επιχειρηματικού κινδύνου που αναλαμβάνουν. Επιπρόσθετα, το venture capital χρησιμοποιείται συχνά και στην περίπτωση μεταβίβασης της εταιρικής ιδιοκτησίας, είτε σε μετόχους μειοψηφίας, είτε σε ομάδες στελεχών των εταιρειών, δηλαδή management buy - outs, προσφέροντας την απαιτούμενη χρηματοδότηση για την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων (Γκανέτσου, Φρονίστα, 2005).

Παράλληλα, η χρηματοδότηση venture capital πραγματοποιείται συνήθως μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου. Γενικότερα, ας επισημανθεί ότι το ισχύον θεσμικό πλαίσιο για τα Α.Κ.Ε.Σ. (Νόμος 2992/2002), απαγορεύει μάλιστα επενδύσεις σε εισηγμένες εταιρείες. Το venture capital στοχεύει σε ρευστοποίηση των συμμετοχών του και επανεπένδυση των κεφαλαίων του. Δεν στοχεύει στη διατήρηση του χαρτοφυλακίου του για πολλά χρόνια. Βέβαια, επενδύει με μακροπρόθεσμη προοπτική αλλά παράλληλα με ορατό χρονικό ορίζοντα εξόδου.

Επιδίωξη του venture capital είναι να συνεισφέρει σαν στρατηγικός εταίρος στην γρήγορη ανάπτυξη των εταιριών που συμμετέχει, στη βελτίωση της χρηματοοικονομικής τους δομής και στην ανάπτυξη κερδοφορίας. Το venture capital μοιράζεται με μια επιχείρηση το ρίσκο και ως εκ' τούτου περιμένει να αμειφθεί με υψηλές αποδόσεις ίδιες με τις αναμενόμενες από τον επιχειρηματία. Στη συνέχεια, οι εταιρίες venture capital χρηματοδοτούν τις επιχειρήσεις - πελάτες τους με αντάλλαγμα την απόκτηση ενός ποσοστού των μετοχών τους. Επιπρόσθετα, το ποσοστό αυτό ποικίλει ανάλογα με το ύψος της χρηματοδότησης και το μέγεθος της χρηματοδοτούμενης επιχείρησης αλλά κατά κανόνα κυμαίνεται σε επίπεδα του 30%.

Μολονότι, στις μέρες μας η χρονική διάρκεια της επένδυσης κυμαίνεται συνήθως μεταξύ 3 και 7 ετών. Οι επιχειρήσεις που χρηματοδοτούνται είναι γενικά δυναμικές με καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες και επιχειρηματικά σχέδια, που υπόσχονται υψηλές αποδόσεις, ικανές να ανταμείψουν τις εταιρείες venture capital για το ρίσκο που αναλαμβάνουν. Έτσι, η συνεργασία των εταιριών venture capital δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή κεφαλαίων, αλλά παρέχει επίσης βοήθεια και σε ότι

αφορά τη διοίκηση, το marketing, τη στελέχωση και το στρατηγικό σχεδιασμό της επιχείρησης (Ψιρμάνη - Βούλγαρη, Ζοπουνίδης, 2000).

Σημαντικές επίσης, για την χρηματοδοτούμενη επιχείρηση είναι οι σχέσεις της εταιρίας venture capital με άλλες επιχειρήσεις της αγοράς, που μπορεί να χρησιμεύσουν στη σύναψη συνεργασιών. Καταλήγοντας, το μεγάλο πλεονέκτημα της χρηματοδότησης μέσω venture capital είναι ότι η επιχείρηση δεν υποχρεούται στην παροχή εγγυήσεων για το κεφάλαιο που της παρέχεται. Έτσι, τελικά ακόμα και σε περίπτωση αποτυχίας της επιχείρησης, η εταιρεία venture capital δεν διεκδικεί επιστροφή των χρημάτων που επένδυσε στην επιχείρηση, εφόσον φυσικά τηρήθηκαν οι όροι της συμφωνίας μεταξύ των δύο πλευρών.

6.2.3 Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)

Γενικά, σήμερα η πρακτόρευση επιχειρηματικών απαιτήσεων εφαρμόζεται από τις τράπεζες και τις ανώνυμες εταιρίες, που έχουν ως αποκλειστικό σκοπό αυτήν την δραστηριότητα. Αφορά, ειδικότερα την σύναψη σύμβασης μεταξύ του προμηθευτή και του πράκτορα, δηλαδή τράπεζα ή εταιρεία factoring, βάση της οποίας ο προμηθευτής εκχωρεί στον πράκτορα τις απαιτήσεις του έναντι πελατών - οφειλετών του. Επιπλέον, ως τονιστεί ότι ο πράκτορας αναλαμβάνει την διαχείριση, την είσπραξη, την προεξόφληση, τον πιστωτικό έλεγχο και την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου των απαιτήσεων του προμηθευτή (Γαλάνης, 2000).

Συνήθως, το χρηματοδοτικό ίδρυμα αποδίδει άμεσα στην επιχείρηση το 80% περίπου των οφειλών. Χρεώνει επίσης, την εταιρεία 0,5 έως 2% του ποσού, που αντιστοιχεί στις απαιτήσεις προς πελάτες για την διαχείριση του χαρτοφυλακίου. Το factoring ως τρόπος χρηματοδότησης στις μέρες μας είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος χρηματοδότησης κεφαλαίου κίνησης. Αποτελεί ουσιαστικά, έναν εύκολο και γρήγορο τρόπο βελτίωσης της ρευστότητας μιας επιχείρησης.

Αναμφίβολα, μειώνεται γενικότερα το λειτουργικό κόστος και αυξάνεται η παραγωγική ικανότητα των επιχειρήσεων. Εφόσον, γενικά οι διαδικασίες διαχείρισης λογιστικής παρακολούθησης και είσπραξης των απαιτήσεων μιας επιχείρησης ανατίθενται στο πιστωτικό ίδρυμα, που λειτουργεί ως πράκτορας. Οι επιχειρήσεις καταφεύγουν σε αυτόν τον τρόπο χρηματοδότησης στις ακόλουθες περιπτώσεις:

- ❖ Προκειμένου να χρηματοδοτηθούν άμεσα για τις τρέχουσες ανάγκες τους, όταν δεν έχουν εμπράγματα εγγυήσεις.
- ❖ Όταν έχουν μια αυξημένη ζήτηση προϊόντων ή υπηρεσιών και δεν μπορούν να ανταποκριθούν, παρά μόνο με ασύμφορους όρους προς τους προμηθευτές τους.
- ❖ Όταν πιο συγκεκριμένα, οι διαδικασίες είσπραξης των απαιτήσεών τους είναι εξαιρετικά δαπανηρές.
- ❖ Όταν έχουν μεγάλες ζημιές από αφερέγγυους πελάτες.

Παράλληλα, άλλος ένας ορισμός με διαφορετική διατύπωση του factoring ή της πρακτορείας των επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι μια τεχνική συναλλαγών, κατά την οποία ο προμηθευτής ή εκχωρητής μεταβιβάζει ορισμένα δικαιώματά του στον πράκτορα ή factor επί αμοιβή και ο πράκτορας αναλαμβάνει να εξοφλήσει στον προμηθευτή τα δικαιώματά του, κατά την κανονική λήξη ή να τα προεξοφλήσει, οπότε διενεργεί μια πιστωτική πράξη (Ευθύμογλου, Μπάλλας, 1995).

Επίσης, η τεχνική συστηματοποιήθηκε κυρίως μετά το 1960, στα πλαίσια των προσπαθειών των κυβερνήσεων για ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου, με την παροχή κινήτρων διασφάλισης έναντι των αλλοδαπών πελατών. Ακόμη, γενικά η δραστηριότητα αυτή στηρίζεται σε οικονομικά ισχυρούς φορείς με πολυεθνική δικτύωση, για την διεκπεραίωση των πολύπλοκων και συχνά υψηλού κινδύνου καθηκόντων που αναλαμβάνουν. Το factoring αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν και παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση, σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά (Ψυχομάνης, 1996).

Τα έντονα προβλήματα ρευστότητας που αντιμετωπίζουν οι περισσότερες επιχειρήσεις, έδωσαν ακόμη μεγαλύτερη ώθηση στον τομέα του factoring στην Ελλάδα. Πρόκειται για ένα χρηματοδοτικό εργαλείο, το οποίο δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εκχωρούν στις τράπεζες εμπορικές απαιτήσεις, δηλαδή τιμολόγια και να αντλούν ρευστότητα μέσω προκαταβολών. Το σύνηθες ποσό προεξόφλησης ανέρχεται σε 80% - 90% και το υπόλοιπο ποσό αποδίδεται κατά την εκκαθάριση της

συναλλαγής μειωμένο κατά το ποσό των προμηθευτών και των προεξοφλητικών τόκων (Γαλάνης, 2000).

Σήμερα, υπολογίζεται ότι χρήση των υπηρεσιών factoring στην χώρα μας κάνουν πλέον 1.500 ελληνικές επιχειρήσεις. Ειδικότερα, πρόκειται κυρίως για μικρομεσαίες επιχειρήσεις, από όλους σχεδόν τους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Τελικά, υπολογίζεται ότι οι συνολικές χρηματοδοτήσεις προς αυτές τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις υπερβαίνουν τα 2,5 δις ευρώ.

6.2.4 Ιδιώτες Επενδυτές (Business Angels)

Επιχειρηματικοί άγγελοι ή business angels είναι κατά βάση ιδιώτες επενδυτές, οι οποίοι επενδύουν χρήματα και διαθέτουν χρόνο, εμπειρία και τεχνογνωσία σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Κυρίως, σε επιχειρήσεις που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Γενικά, οι επιχειρηματικοί άγγελοι έχουν μεγάλη εμπειρία σε θέματα που σχετίζονται με την διοίκηση και την οργάνωση επιχειρήσεων, την ορθολογική διαχείριση επιχειρησιακών πόρων καθώς και το marketing (Γεωργιάδης, 2000).

Με άλλα λόγια, συνήθως είναι μέτοχοι ή ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, διευθυντικά στελέχη εταιριών, senior managers ή σύμβουλοι επιχειρηματικού σχεδιασμού, αλλά και συνταξιούχοι πρώην σύμβουλοι επιχειρήσεων. Στην Ελλάδα, η χρηματοδότηση με τον τρόπο αυτόν δεν είναι, ούτε θεσμοθετημένη, ούτε ιδιαίτερα διαδεδομένη, όπως είναι διεθνώς και περιορίζεται συνήθως στην χρηματοδότηση από συγγενικά πρόσωπα. Ωστόσο, τα επόμενα χρόνια αναμένεται να επεκταθεί και στην Ελλάδα η χρηματοδότηση από ιδιώτες επενδυτές (Ψιρμάνη - Βούλγαρη, Ζοπουνίδης, 2000).

Οι επιχειρηματικοί άγγελοι έχουν συνήθως διπλό ρόλο στην επιχείρηση με την οποία συνεργάζονται. Από τη μια είναι επενδυτές, που επενδύουν τα κεφάλαιά τους, αποσκοπώντας στην αποκόμιση οικονομικού οφέλους κι από την άλλη έχουν ενεργό ρόλο στην επιχείρηση αυτή, είτε μετέχοντας στο διοικητικό συμβούλιο παρέχοντας ανεπίσημα συμβουλευτικές υπηρεσίες, είτε σε ορισμένες περιπτώσεις δουλεύοντας σε αυτήν υπό καθεστώς μερικής απασχόλησης. Η κατάσταση όμως αυτή, δεν αποτελεί τον κανόνα στην αγορά των επιχειρηματικών αγγέλων.

Τα κίνητρα για την ενασχόληση με τέτοιου είδους επενδύσεις ποικίλλουν και διαφοροποιούνται ανάλογα με την οικονομική κατάσταση, αλλά και τις προσωπικές

φιλοδοξίες των επιχειρηματικών αγγέλων. Έτσι, κάποιοι από αυτούς αποσκοπούν καθαρά στο οικονομικό όφελος μέσω της επένδυσης, ενώ υπάρχουν και άλλοι που επιθυμούν να μεταδώσουν και να μοιραστούν την γνώση και την εμπειρία. Φυσικά, όλα αυτά τα έχουν αποκομίσει από τα πολλά χρόνια εργασίας τους με νεότερους επιχειρηματίες και έπαιρναν μια πολύ χαμηλή ή καθόλου αμοιβή.

Με άλλα λόγια, το κίνητρο ενός επιχειρηματικού αγγέλου μπορεί να ξεκινάει από την απλή αποκόμιση οικονομικού οφέλους και να φτάνει στην προσφορά στο κοινωνικό σύνολο ή την τοπική κοινωνία, στην οποία διαμένουν. Η ανάλυση της φύσης της αγοράς των επιχειρηματικών αγγέλων ενέχει πολλές δυσχέρειες. Ακόμη, οι περισσότεροι επιχειρηματικοί άγγελοι επιθυμούν την «ανωνυμία» και γενικά παρουσιάζονται απρόθυμοι να παράσχουν πληροφορίες για τις επενδυτικές τους δραστηριότητες (Ψιρμάνη - Βούλγαρη, Ζοπουνίδης, 2000).

Έτσι, κάθε αναφορά σχετικά με το αληθινό καθώς και το δυνητικό μέγεθος της αγοράς των επιχειρηματικών αγγέλων, βασίζεται σε εκτιμήσεις εργασίας και δεν μπορεί να δοθεί απάντηση στο ερώτημα, αν το δείγμα που προκύπτει είναι ή όχι αντιπροσωπευτικό. Σήμερα, ο αριθμός των ενεργών ιδιωτών επενδυτών στην Ευρώπη εκτιμάται πως πλησιάζει τους 125.000, οι οποίοι επενδύουν περίπου 3 δισ. ευρώ, ενώ ο αριθμός των δυνητικών αγγίζει το 1.000.000. Εξάλλου, από την άλλη μεριά η αγορά των επιχειρηματικών αγγέλων αποτελεί ένα ετερογενές σύνολο, με την έννοια ότι υπάρχουν επενδυτές που διαθέτουν κεφάλαια της τάξης των 500.000 € - 1.000.000 €.

Βέβαια, υπάρχουν ενώσεις επιχειρηματικών αγγέλων που διαθέτουν κεφάλαια έως και 5.000.000 €. Γενικά, αυτό που μπορεί να αναφερθεί είναι ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με την καθιέρωση του θεσμού των επιχειρηματικών αγγέλων, μπορούν να επωφεληθούν από την χρηματοδότηση με μετοχικά κεφάλαια και από την διοικητική πείρα ιδιωτών. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι εμφανίζονται τις περισσότερες φορές ως επενδυτές σε έργα, που πραγματοποιούνται στην τοπική κοινωνία όπου δρουν και οι ίδιοι επαγγελματικά. Ο λόγος είναι ότι με αυτόν τον τρόπο, είναι δυνατή η στενή παρακολούθηση της επιχείρησης στην οποία παρέχουν τις συμβουλευτικές υπηρεσίες και στην οποία έχουν επενδύσει συνήθως κάποια κεφάλαια.

Ωστόσο, αυτό το μοντέλο τείνει να αλλάξει. Ιδιαίτερα, σε κλάδους όπως αυτός των προϊόντων υψηλής τεχνολογίας, στον οποίο ο αριθμός των επιχειρήσεων που

δραστηριοποιούνται είναι μικρός σε παγκόσμιο επίπεδο και η γεωγραφική θέση δεν αποτελεί περιοριστικό παράγοντα για τους επιχειρηματικούς αγγέλους. Τελικά, οι επιχειρηματικοί άγγελοι φέρνουν σε μια επιχείρηση πολλά περισσότερα από τα κεφάλαιά τους. Συχνά, προσφέρουν τις εξειδικευμένες γνώσεις τους για τα προϊόντα της επιχείρησης, στην οποία επενδύουν και την εμπειρία τους σε θέματα διοίκησης και marketing. Πολλοί λειτουργούν ως μέντορες για τους νέους επιχειρηματίες ή χρησιμοποιούν το δίκτυο των γνωριμιών τους προς όφελος της επιχείρησης.

Σύμφωνα, με μια μελέτη που πραγματοποιήθηκε στις Η.Π.Α. με θέμα «Business Angel Investing Groups Growing in North America», οι επιχειρηματικοί άγγελοι χωρίζονται σε τέσσερις κατηγορίες. Πρώτα, οι Guardian Angels είναι οι άγγελοι που στο παρελθόν ήταν επιτυχημένοι επιχειρηματίες στον ίδιο τομέα με την επιχείρηση στην οποία επένδυναν. Παράλληλα, στη δεύτερη κατηγορία είναι οι Entrepreneur Angels, δηλαδή οι άγγελοι που διαθέτουν την εμπειρία στο ξεκίνημα και στη διοίκηση μιας επιχείρησης και προσφέρουν τις επιχειρηματικές τους γνώσεις στον νέο επιχειρηματία (Μωράτης, 2005).

Ακολουθούν, οι Operational Angels και πρόκειται για αυτούς που δεν ήταν επιχειρηματίες οι ίδιοι, αλλά υπηρέτησαν στην καριέρα τους ως υψηλά στελέχη σε μεγάλες επιχειρήσεις. Έτσι, μεταφέρουν γνώσεις και εμπειρία στον τομέα που δραστηριοποιείται η επιχείρηση, αλλά πολλές φορές στερούνται μεγάλης επιχειρηματικής πείρας. Τέλος, υπάρχουν οι Financial Angels που επενδύουν σε μια επιχείρηση με μόνο σκοπό το οικονομικό όφελος. Σε αυτό το σημείο, πρέπει να τονιστεί ότι η κατηγοριοποίηση αυτή αναφέρεται στα προσωπικά και επαγγελματικά προσόντα, που διαθέτουν οι επαγγελματικοί άγγελοι και τους τομείς, που μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση στην οποία επενδύουν.

6.2.5 Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators)

Παγκοσμίως, με τον όρο θερμοκοιτίδα επιχειρήσεων ή business incubator εννοείται μια εταιρεία, η οποία παρέχει χρηματοδότηση σε νεοϊδρυόμενες και με προοπτικές γρήγορης ανάπτυξης εταιρείες. Βέβαια, σε μικρότερη έκταση από την αντίστοιχη που προσφέρει το venture capital, χώρους και εξοπλισμό, όπως κτιριακές εγκαταστάσεις, έπιπλα, ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τηλεφωνικές συσκευές, πρόσβαση στο internet, υπηρεσίες γραμματειακής υποστήριξης, συμβουλευτικές

υπηρεσίες και υποστήριξη. Κυρίως, σε θέματα φοροτεχνικά, λογιστικά, νομικά, πληροφορικής, εξεύρεσης προσωπικού, κ.α. αλλά και ένα δίκτυο επαφών με πελάτες και προμηθευτές και σε αντάλλαγμα παίρνει ένα ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου ή πληρωμές από την νεοϊδρυόμενη εταιρεία.

Γενικά, η αποστολή του incubator είναι να ιδρύσει και να μεγαλώσει τη νέα εταιρεία τόσο, ώστε αυτή να φτάσει με επιτυχία ως την πόρτα του venture capital για να ζητήσει πλέον, με σωστή υποδομή και επαγγελματική προετοιμασία, την πρώτη ευμεγέθη επένδυση που θα της επιτρέψει να αναπτυχθεί και να επιβληθεί στην αγορά. Η χρονική διάρκεια της επένδυσης του incubator κυμαίνεται συνήθως μεταξύ των 6 και 18 μηνών. Σήμερα, ως τονιστεί ότι στον ελληνικό χώρο και ειδικά μέσω της κρατικής - ευρωπαϊκής χρηματοδότησης του προγράμματος «Ελευθώ», έχουν ιδρυθεί και λειτουργούν κανονικά πλέον οι πρώτες ελληνικές «θερμοκοιτίδες» με την διεθνή έννοια του όρου (Γεωργιάδης, 2008).

Επιπλέον, στις μέρες μας αυτές οι θερμοκοιτίδες έχουν δημιουργηθεί και ανήκουν αποκλειστικά ή αλλιώς εξολοκλήρου σε ελληνικές εταιρείες venture capital, γενικότερων επενδυτικών υπηρεσιών και συμβούλων επιχειρήσεων ή ιδιωτών επενδυτών. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι, παρότι γενικά ακολουθούν το μοντέλο λειτουργίας των διεθνών incubators, όπως αυτό περιγράφηκε παραπάνω, γενικά η προσέγγισή τους σε αυτό είναι διαφορετική. Μάλιστα, οι διαφορές εντοπίζονται κυρίως στον τρόπο και το ύψος της χρηματοδότησης που προσφέρουν στους νέους επιχειρηματίες.

Καταλήγοντας, άλλοι Έλληνες incubators έχουν τα δικά τους κεφάλαια με τα οποία χρηματοδοτούν τους incubates, δηλαδή τις νέες εταιρείες, τις οποίες λαμβάνουν υπό την προστασία τους. Αντίθετα, άλλοι απλώς μεσολαβούν και φέρνουν σε επαφή τις νέες εταιρείες με εταιρείες venture capital, οι οποίες γενικότερα αναλαμβάνουν την χρηματοδότησή τους (Hulbert et al, 2010).

6.2.6 Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)

Συγκεκριμένα, η χρηματοδοτική μίσθωση ή leasing είναι ένας ολοκληρωμένος χρηματοδοτικός μηχανισμός, που δίνει την δυνατότητα σε μια επιχείρηση να δημιουργήσει ή να επεκτείνει τον παραγωγικό εξοπλισμό της χωρίς να διαθέσει τα

δικά της κεφάλαια. Τα απαιτούμενα κεφάλαια διατίθενται ειδικότερα από την εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης, η οποία αγοράζει τον εξοπλισμό σύμφωνα με τις οδηγίες της επιχείρησης. Στην συνέχεια, εκμισθώνει τον εξοπλισμό αυτόν στην επιχείρηση για προκαθορισμένο χρονικό διάστημα και για συγκεκριμένο μίσθωμα.

Με την λήξη της σύμβασης η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να αγοράσει τον εξοπλισμό καταβάλλοντας ένα μικρό ποσό, το οποίο δεν μπορεί να υπερβαίνει το 5% της αξίας του εξοπλισμού. Εναλλακτικά, μπορεί να επιστρέψει τον εξοπλισμό στην εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης ή να συνεχίσει την μίσθωση. Οι δόσεις της μίσθωσης καταβάλλονται μηνιαία, ανά τρίμηνο ή ανά εξάμηνο. Το επιτόκιο για τον υπολογισμό των δόσεων είναι λίγο πιο υψηλό από το αντίστοιχο επιτόκιο δανεισμού. Η επιχείρηση θα κληθεί επίσης, να καταβάλλει εφάπαξ και ένα ποσό 0,1% έως 1% επί της αξίας της επένδυσης για το διαχειριστικό κόστος (Μητσιόπουλος, 1992).

Τυπικά, όσο αφορά την περίοδο αποπληρωμής είναι από 3 έως 5 χρόνια, ή δε χρηματοδότηση μπορεί να φτάσει μέχρι και το 100% της αξίας του εξοπλισμού. Η διαδικασία του leasing εμπλέκει τρεις οντότητες. Η πρώτη είναι η επιχείρηση, η οποία επιθυμεί να αυξήσει τα παραγωγικά της μέσα. Η δεύτερη είναι ο προμηθευτής, ο οποίος επιδιώκει την πώληση των αγαθών και τέλος, είναι η εταιρία leasing, η οποία προβαίνει σε αγορά των παραγωγικών μέσων για να τα διαθέσει στην επιχείρηση, μέσω ενός προκαθορισμένου συμβολαίου. Ο νέος αυτός χρηματοδοτικός μηχανισμός έχει βρει μεγάλη ανταπόκριση στην αγορά καθώς εφαρμόζεται επιτυχώς στη βιομηχανία, στις εμπορικές επιχειρήσεις και στους επαγγελματίες.

Μια ραγδαία αναπτυσσόμενη, κατά την διάρκεια των τελευταίων χρόνων μορφή χρηματοδότησης των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, είναι αυτή της χρηματοδοτικής μίσθωσης. Ο θεσμός του leasing εισήχθηκε στην Ελλάδα με το Ν. 1665/86 και τροποποιήθηκε με τους Ν.2367/65 καθώς και Ν.2682/8.2.99. Σήμερα, όλα σχεδόν τα τραπεζικά ιδρύματα που λειτουργούν στην Ελλάδα έχουν ιδρύσει θυγατρικές εταιρείες χρηματοδοτικής μίσθωσης. Ο θεσμός αυτός μπορεί να είναι σχετικά νέος στην Ελλάδα, αλλά έχει ιστορία πάνω από 100 χρόνια στις Η.Π.Α. και 50 χρόνια στην Δυτική Ευρώπη (Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων, 2009).

Γενικότερα, η χρηματοδοτική μίσθωση ή leasing ως μορφή χρηματοδότησης παρουσιάζει πολλά πλεονεκτήματα ιδιαίτερα για τις νέες επιχειρήσεις. Αρχικά, δεν

χρειάζεται να καταβάλλει αμέσως τα ποσά που απαιτούνται για την αγορά του αναγκαίου εξοπλισμού γεγονός ουσιώδες για νέες και μικρές επιχειρήσεις με μικρή ρευστότητα. Βέβαια, δεν αναγκάζεται να καταφύγει σε υπέρμετρο δανεισμό η επιχείρηση και έχει την επιλογή μετά το πέρας της μίσθωσης να αγοράσει τον εξοπλισμό, να τερματίσει ή να ανανεώσει τη σύμβαση (Γαλάνης, 2000).

Ακόμη, απαλλάσσεται από το φόρο για τον εξοπλισμό που μισθώνει, αφού το σύνολο των δόσεων αναγνωρίζεται σαν λειτουργική δαπάνη. Στη συνέχεια, εμφανίζει καλύτερη εικόνα στις οικονομικές της καταστάσεις καθώς δεν επηρεάζονται αρνητικά ορισμένοι χρηματοοικονομικοί δείκτες. Τελειώνοντας, αξιολογείται ότι δεν χρειάζεται να παράσχει μεγάλες εγγυήσεις όπως συμβαίνει με τον τραπεζικό δανεισμό, διότι οι διαδικασίες του leasing είναι απλούστερες και ταχύτερες.

6.2.7 Χρηματιστηριακή Αγορά

Επιπλέον, η χρηματιστηριακή αγορά ορίζεται ως μια επίσημη και οργανωμένη αγορά, μέσω της οποίας εκτελούνται δικαιοπραξίες ή χρηματιστηριακές συναλλαγές. Μάλιστα, σε αυτήν εμπορεύονται μετοχικές αξίες εταιριών, χρεόγραφα εταιριών και δημοσίου, δικαιώματα αγοράς μετοχών και δικαιώματα προτίμησης. Η διαμόρφωση των τιμών είναι αποτέλεσμα της προσφοράς και της ζήτησης από το επενδυτικό κοινό. Τα χρηματιστήρια θεωρούνται ως οι βασικότεροι μοχλοί ανάπτυξης της οικονομίας και ως μέσο διοχέτευσης των αποταμιεύσεων στις πιο παραγωγικές επενδύσεις.

Ωστόσο, η χρηματιστηριακή αγορά αποτελεί μια εναλλακτική πηγή από όπου οι επιχειρήσεις μπορούν να αντλήσουν κεφάλαια. Για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις δημιουργήθηκε προ ετών η Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά (NE.X.A.). Στη συνέχεια, η αγορά αυτή καταργήθηκε. Τώρα, αν αναφερθεί ότι έχει εξαγγελθεί μια νέα αγορά με πολλές καινοτομίες όσο αφορά τις εταιρείες, που μπορούν να εισαχθούν και τις εν γένει προϋποθέσεις λειτουργίας τους και όπως φαίνεται πρόκειται να δώσει λύση σε πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (Αλμπέρτου, 2008).

Η συνηθέστερη διάκριση των χρηματιστηριακών αγορών, αφορά κυρίως στο χρόνο λήξης των απαιτήσεων που αποτελούν αντικείμενο διαπραγμάτευσης στις αγορές αυτές. Αρχικά, οι χρηματοδοτικές αγορές διακρίνονται σε χρηματαγορές, οι

οποίες διαπραγματεύονται αξιόγραφα, που είναι στενά υποκατάστατα του χρήματος. Τα αξιόγραφα αυτά έχουν ημερομηνία λήξης μικρότερη από ένα έτος, μεγάλες ονομαστικές αξίες, χαμηλό κίνδυνο αθέτησης και είναι εύκολα ρευστοποιήσιμα. Όσο αφορά, παραδείγματα τέτοιων αξιόγραφων είναι τα έντοκα γραμμάτια του δημοσίου, τα διατραπεζικά κεφάλαια, τα πιστοποιητικά καταθέσεων κ.α. (Κιόχος, 2002).

Ακόμη, δεύτερες σε σειρά είναι οι αγορές κεφαλαίου, που διαπραγματεύονται αξιόγραφα για την χρηματοδότηση παραγωγικών επενδύσεων σε πάγια περιουσιακά στοιχεία και γι' αυτό έχουν ημερομηνία λήξεως μεγαλύτερη του ενός έτους. Επίσης, οι αγορές κεφαλαίου διακρίνονται στις αγορές μετοχικών τίτλων και στις αγορές δανειακών τίτλων ιδιωτών ή δημοσίου. Τέλος, οι αγορές αντιστάθμισης κινδύνου, που διαφέρουν από τις δύο προηγούμενες κατηγορίες αγορών, διότι σε αυτές δεν προσφεύγουν οι ελλειμματικές μονάδες για άντληση πόρων από τις πλεονασματικές. Τα αξιόγραφα στις αγορές αυτές προσφέρουν τη δυνατότητα στις οικονομικές μονάδες να ελαχιστοποιήσουν τον κίνδυνο ζημιών και παραδείγματα τέτοιων αξιόγραφων είναι τα χρηματοδοτικά δικαιώματα και τα προθεσμιακά συμβόλαια.

6.2.8 Forfaiting

Παράλληλα, με τον όρο forfaiting εννοείται η προεξόφληση μιας συνήθως μεσοπρόθεσμης εξαγωγικής απαίτησης από κάποια τράπεζα ή άλλο εξειδικευμένο πιστωτικό ίδρυμα. Η απαίτηση αυτή παραιτείται από το δικαίωμα αναγωγής κατά του φορέα της απαίτησης ή εξαγωγική επιχείρηση, μέχρι τη στιγμή της προεξόφλησης. Σε περίπτωση, που αυτή δεν καταστεί δυνατόν να εξοφληθεί έγκαιρα από τον οφειλέτη, δηλαδή τον αγοραστή ή τον εισαγωγέα. Έτσι, πρόκειται για χρηματοδότηση κυρίως αναγκών σε κεφάλαιο κίνησης με την προεξόφληση πιστωτικών απαιτήσεων γραμματίων, συναλλαγματικών και άλλων αξιόγραφων στη διεθνή χρηματαγορά.

Γενικά, ο όρος προέρχεται από τη γαλλική λέξη «a forfait», που σημαίνει απώλεια δικαιωμάτων. Το forfaiting αποτελεί μια μορφή εξαγωγικής εμπορικής πίστωσης, που αγοράζει ο forfaiter από τον εξαγωγέα χωρίς δικαίωμα αναγωγής στο 100% της αξίας της σε full discount. Χρησιμοποιείται κατά κανόνα σε συναλλαγές με μεσοπρόθεσμη πίστωση, έναντι του factoring που έχει καθαρά βραχυπρόθεσμο χαρακτήρα. Επιπρόσθετα, ως αναφερθεί ότι ο forfaiter ζητά εγγύηση από τράπεζα της

εμπιστοσύνης του προκειμένου να δοθεί προεξόφληση χωρίς το δικαίωμα επανεκχώρησης (Γαλάνης, 2000).

6.3 Προβλήματα Ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Βέβαια, παρά τον πολύ σημαντικό ρόλο τους και τη συμβολή τους στην ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν αρκετά σοβαρά προβλήματα. Αρχικά, η χαμηλή παραγωγικότητα εργασίας, που στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι μικρότερη κατά τα 2/3 περίπου σε σχέση με τις πιο μεγάλες επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, η μικρή απορροφητικότητα των κονδυλίων από τα Κοινοτικά Προγράμματα, που τις αφορούν, λόγω μη σωστής οργάνωσης και προγραμματισμού τους καθώς και της κρατικής γραφειοκρατίας. Ακόμη, η μεγάλη εξάρτηση από τις διακυμάνσεις της εσωτερικής αγοράς και την τεχνολογία.

Παράλληλα, η έλλειψη γνώσεων διοίκησης καθώς περίπου το 12% του εργατικού δυναμικού της Δυτικής Ευρώπης είναι επιχειρηματίες. Στην Ελλάδα, το ποσοστό αυτό υπερβαίνει το 20%. Γενικότερα, το ποσοστό είναι υψηλότερο στην Ευρώπη από την Αμερική και την Ιαπωνία. Ο manager - βιοτέχνης της μικρής επιχείρησης που είναι στις περισσότερες περιπτώσεις και ο ιδιοκτήτης, επειδή προέρχεται από τον τομέα παραγωγής, αποδίδει μεγάλη σημασία σε αυτή και εκτελεί τις διευθυντικές θέσεις ως βοηθητικές και δευτερεύουσες. Μάλιστα, εξασκεί απολυταρχική διοίκηση ελέγχοντας όλες τις εξουσίες, διότι πιστεύει ότι δεν υπάρχουν ικανά άτομα στη μονάδα του για να εκτελέσουν εξίσου καλά τις εργασίες που αυτός κάνει (Μηλιαράκης, 2009).

Επιπλέον, δεν δείχνει διάθεση να δεχθεί συμβουλές ή την κριτική τρίτων. Δίδει προτεραιότητα στη τοποθέτηση «έμπιστων» παρά επαγγελματιών manager. Μάλλον, χρησιμοποιεί κριτήρια αρχαιότητας και αφοσίωσης στην προώθηση και τις αμοιβές των εργαζομένων παρά συστήματα, που συνδέουν την αμοιβή με την απόδοση. Άρα, ενδεικτικό των επιπτώσεων στην απόδοση είναι η χαμηλότερη παραγωγικότητα στις οικογενειακές επιχειρήσεις. Αξίζει να τονιστεί επίσης, η έλλειψη στοιχειώδους Επιχειρηματικού Σχεδίου και Στρατηγικού Προγραμματισμού. Ως αποτέλεσμα είναι

οι περισσότεροι επιχειρηματίες να λειτουργούν ενστικτωδώς χωρίς στρατηγική και να συγχέουν τις προσωπικές επιθυμίες και φιλοδοξίες με τους επιχειρηματικούς στόχους.

Στη συνέχεια, ας αναφερθούν γενικά οι αδυναμίες ανάπτυξης εξαγωγικής δραστηριότητας. Το μικρό μέγεθος των μονάδων, η μικρή παραγωγική δυναμικότητα, η έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών, το σχετικά υψηλό κόστος έρευνας αγοράς εξωτερικού, η έλλειψη δικτύων πληροφόρησης, η έλλειψη εξαγωγικής νοοτροπίας και εμπειρίας και ποιοτικού ελέγχου της παραγωγής σε πολλές από αυτές, αποτελούν βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες για την προώθηση των εξαγωγών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, η Ελλάδα στερείται επαρκών υποδομών σύνδεσης μεταξύ των πόλεων της με οδικούς, θαλάσσιους και σιδηροδρομικούς άξονες, ενώ οι αεροπορικές συνδέσεις δεν είναι και τόσο αναπτυγμένες, ώστε να προωθήσουν τις εξαγωγές (Κανελόπουλος, 2000).

Ωστόσο, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται σε δυσμενέστερη θέση από τις μεγάλες επιχειρήσεις στο θέμα της προμήθειας των πρώτων υλών. Τούτο οφείλεται στη δυσχέρεια πρόσβασης στις πηγές παραγωγής πρώτων υλών, λόγω μικρών ποσοτήτων, περιορισμένων διαθεσίμων και αδυναμίας έγκαιρου ή γρήγορου προγραμματισμού με αποτέλεσμα την κάλυψή τους από την ελεύθερη αγορά σε υψηλές τιμές. Το θέμα του marketing μπορεί να θεωρηθεί ότι είναι το πλέον παραμελημένο και ανοργάνωτο στις μικρές επιχειρήσεις. Μια αιτία του φαινομένου αυτού μπορεί να αναζητηθεί στο γεγονός ότι, συνήθως ο βιοτέχνης είναι τεχνίτης και έτσι αισθάνεται ως παραγωγός και ενδιαφέρεται για τα προβλήματα της παραγωγής.

Επίσης, χαρακτηριστικές είναι οι υστερήσεις πολλών ελληνικών προϊόντων σε θέματα ποιότητας, σχεδιασμού και marketing. Ιδιαίτερα έντονη είναι η έλλειψη επώνυμων προϊόντων. Ακόμη, το υψηλό ποσοστό θνησιμότητας είναι ένα σημαντικό πρόβλημα των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Τα διάφορα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ιδιαίτερα στην Ελλάδα, όπως η δυσχέρεια πρόσβασης στο χρηματοπιστωτικό σύστημα, η έλλειψη πληροφόρησης και δικτύωσης σε συνδυασμό με την έλλειψη τεχνοοικονομικής υποδομής, έχουν ως αποτέλεσμα ο δείκτης θνησιμότητάς τους να φθάνει το 50% (Συνέδριο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ., 1998).

Σήμερα, 10 - 12% των επιχειρήσεων κλείνει ή αλλάζει δραστηριότητα κάθε χρόνο, έναντι 6 - 7% προηγούμενων ετών, με αποτέλεσμα η μέση διάρκεια ζωής τους να έχει πέσει κάτω από 10 χρόνια. Τα πρώτα 3 ή 5 χρόνια ζωής της επιχείρησης η πιθανότητα αποτυχίας είναι μεγάλη. Επιπλέον, αξίζει να αναφερθεί το θέμα της μεταβίβασης. Βέβαια, η ηλικία του 1/3 περίπου των επιχειρηματιών - ιδιοκτητών των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι άνω των 50 ετών, γεγονός που σημαίνει ότι γρήγορα θα πρέπει να μεταβιβάσουν την επιχείρησή τους σε μέλη της οικογένειάς τους, στους εργαζόμενους ή σε τρίτους.

Φυσικά, οι δυνατότητες της χώρας σε προϊόντα υψηλής τεχνολογίας είναι πάρα πολύ περιορισμένες. Οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι μικρές και δεν μπορούν να δαπανήσουν σημαντικά ποσά σε έρευνα και τεχνολογία, ώστε να βελτιώσουν τα προϊόντα τους, πράγμα που περιορίζει την ανάπτυξή τους. Ακόμη, η πλειονότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν αναπτύσσει συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις, κάτι που μπορεί να αποδοθεί στη νοοτροπία της πλειοψηφίας των Ελλήνων επιχειρηματιών, οι οποίοι δεν επιθυμούν να απολέσουν τον έλεγχο της επιχείρησής τους (Μηλιαράκης, 2009).

Εξίσου, τεράστια προβλήματα είναι η αδυναμία άντλησης κεφαλαίων από τη κεφαλαιαγορά καθώς και το υψηλότερο κόστος χρήματος, σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις και οι δυσκολίες προσφυγής στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα για χρηματοδότηση. Από τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σημαντικότερο είναι το τελευταίο. Σε σχετική έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφέρεται ότι, τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι το κόστος δανεισμού, οι ζητούμενες από τις τράπεζες εγγυήσεις καθώς και η περιορισμένη μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση.

6.4 Πηγές Χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Γενικά, τις πηγές για την εύρεση χρημάτων δείχνει στους μικρομεσαίους επιχειρηματίες το Υπουργείο Ανάπτυξης, δίνοντας στη δημοσιότητα ένα ενημερωτικό έγγραφο, με τις έντεκα ευκαιρίες που έχουν οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες για να αντλήσουν ρευστότητα μέσω κοινοτικών κονδυλίων. Ειδικότερα, η χρηματοδότηση

θα προέρχεται από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, τις Ελληνικές και Ξένες Τράπεζες που έχει υπογραφεί συμφωνία, το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης και το Ταμείο Εγγυοδοσίας.

Οι τρόποι με τους οποίους οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες μπορούν να βρουν λεπτομέρειες για να συμμετάσχουν στα προγράμματα χρηματοδότησης υπάρχουν αναλυτικά και παρουσιάζονται ανά φορέα προέλευσης και υλοποίησης:

Δανειοδότηση μέσω Προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων
(Ε.Τ.Επ.)

1. Διατίθενται 1,44 δισ. ευρώ για δάνεια σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις ως το 2015. Οι εκταμιεύσεις των δανείων έχουν ήδη ξεκινήσει μέσω των συνεργαζόμενων τραπεζών, οι οποίες είναι: η Alpha Bank, η Eurobank, η Εθνική Τράπεζα, η Παγκρήτια Τράπεζα και η Τράπεζα Πειραιώς.
2. Διατίθενται 1,5 δισ. ευρώ ετησίως με τη μορφή ανακυκλούμενων εγγυήσεων, για τη διευκόλυνση του εξωτερικού εμπορίου. Η συμφωνία προβλέπει ότι η Ε.Τ.Επ. θα παράσχει στις τράπεζες με τις οποίες υπέγραψε σχετική συμφωνία στις 12 Ιουνίου στην Αθήνα, τρεις ελληνικές και τρεις ξένες, εγγυήσεις ύψους 500.000.000 € για την χρηματοδότηση των ελληνικών εξαγωγών και εισαγωγών. Έτσι, πρόκειται για τις τράπεζες: Εθνική Τράπεζα, Τράπεζα Πειραιώς και Eurobank από ελληνικής πλευράς και HSBC, Commerzbank, Citi Bank. Σε ετήσια βάση το νέο χρηματοδοτικό εργαλείο θα μπορεί να καλύψει συναλλαγές ύψους 1,5 δισ. ευρώ, επειδή τα κεφάλαια θα είναι ανακυκλούμενα.

Δανειοδότηση μέσω του Εθνικού Ταμείου Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης
(Ε.Τ.Ε.Α.Ν.)

3. Διατίθενται 550.000.000 € για κεφάλαια κίνησης και χρηματοδότηση επενδύσεων με χαμηλότοκα δάνεια, μέσω του Ταμείου «Επιχειρηματική Επανεκκίνηση».
4. Διατίθενται 315.000.000 € με ευνοϊκά δάνεια για την εξωστρέφεια, τη καινοτομία, το τουρισμό, τη νεανική και πράσινη επιχειρηματικότητα.
5. Διατίθενται 80.000.000 € με άτοκα ή χαμηλότοκα δάνεια για την ενίσχυση γενικά νησιωτικών τουριστικών επιχειρήσεων.

6. Διατίθενται 150.000.000 € σε δάνεια μέσω του Ταμείου Εγγυοδοσίας. Αποσκοπεί στην ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μέσω της παροχής εγγυήσεων για επενδύσεις και κεφάλαια κίνησης. Τα διαθέσιμα του ταμείου από πόρους της Ε.Τ.Ε.Α.Ν. είναι 50.000.000 €, ενώ γενικά τα συνολικά δανειακά κεφάλαια που θα αποτελέσουν αντικείμενο εγγυήσεως από το ταμείο εκτιμάται ότι θα ανέλθουν σε 150.000.000 περίπου. Το ταμείο αναμένεται να ενεργοποιηθεί τις επόμενες ημέρες.
7. Διατίθενται 45.000.000 € σε εγγυήσεις για την έκδοση εγγυητικών επιστολών, μέσω δανειοδότησης του προγράμματος JEREMIE.
8. Διατίθενται 50.000.000 € για την ενίσχυση νέων και νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων, στους τομείς πληροφορικής και επικοινωνιών, μέσω venture capital.
9. Διατίθενται 48.000.000 € για δάνεια σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, μέσω του προγράμματος «Ευνοϊκά Δάνεια Επιμερισμού Ρίσκου».
10. Διατίθενται 58.000.000 € για την ενίσχυση μεσαίων επιχειρήσεων, μέσω του προγράμματος «Ευνοϊκά Δάνεια Επιμερισμού Ρίσκου». Σύμφωνα, με το σχετικό υπουργείο "το πρόγραμμα θα τεθεί σε εφαρμογή τις αμέσως επόμενες ημέρες και θα υπάρξει άμεσα σχετική ενημέρωση".
11. Διατίθενται 177.000.000 € για κεφάλαια κίνησης και επενδύσεις στον κλάδο της πληροφορικής, μέσω του προγράμματος «Συγχρηματοδότηση Επιχειρηματικών Δανείων» (Κολώνα, 2013).

6.5 Προβλήματα Χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Συνήθως, μια σχετικά μικρή μονάδα στην Ελλάδα ξεκινά με πολύ περιορισμένα κεφάλαια που είναι το αποτέλεσμα προσωπικών και οικογενειακών οικονομιών. Η επέκταση της μονάδας γίνεται χωρίς οικονομικό πρόγραμμα και πολλές φορές τα κέρδη δεν φθάνουν να καλύψουν τις επενδύσεις. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατά κανόνα δεν επενδύουν «συνεχώς και συνεπώς». Από την άλλη μεριά, η επενδυτική συμπεριφορά τους χαρακτηρίζεται από την εμφάνιση μεγάλων, συγκριτικά με το μέγεθος, επενδύσεων σε άτακτα χρονικά διαστήματα με αποτέλεσμα να εκτίθενται σε

σοβαρούς κινδύνους και κυρίως να στερούνται και να υποφέρουν από έλλειψη κεφαλαίων κίνησης.

Διότι, υπάρχει το φαινόμενο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να προβαίνουν σε αγορές μηχανολογικού εξοπλισμού με δικά τους διαθέσιμα ή με βραχυπρόθεσμες πιστώσεις και να καταφεύγουν στη τράπεζα για κεφάλαιο κίνησης, συνήθως πολύ αργά όταν αρχίζουν να «πιέζουν» διάφορες ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις. Οι μικρότερες επιχειρήσεις διαχρονικά έχουν χαμηλότερη κεφαλαιακή μόχλευση σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες καθώς ο δείκτης ξένων προς ίδια κεφάλαια διαμορφώνεται στο 1 προς 1 ή μόλις 0,4 προς 1 για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, έναντι μέσης τιμής στην οικονομία της τάξης του 1,4 προς 1.

Αρχικά, η σχέση αυτή ερμηνεύεται ως δυσκολία των μικρότερων επιχειρήσεων να «σηκώσουν» περισσότερες υποχρεώσεις σε σύγκριση με τα επενδυμένα κεφάλαια των μετόχων. Ενδεχομένως, δηλώνει απροθυμία και συντηρητισμό εκ μέρους των επιχειρηματιών να ρισκάρουν μοχλεύοντας την καθαρή θέση τους. Ωστόσο, παρά το γεγονός ότι η χαμηλή χρήση ξένων κεφαλαίων καθιστά εν γένει μια επιχείρηση «ασφαλέστερη», με τις υπόλοιπες μεταβλητές σταθερές, σε περιόδους οικονομικής κρίσης, εντούτοις διαπιστώνεται ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις έχουν σημαντική έκθεση σε βραχυπρόθεσμο τραπεζικό δανεισμό, σε σύγκριση με τις ετήσιες πωλήσεις τους.

Ειδικότερα, ενώ η μέση τιμή στην ελληνική οικονομία εκτιμάται στο 26%, δηλαδή μικρή υποχώρηση κατά μια ποσοστιαία μονάδα έναντι του 2006 - 2005, για τη σχέση του βραχυπρόθεσμου τραπεζικού δανεισμού σε σύγκριση με τις πωλήσεις, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις εμφανίζουν εκρηκτική αύξηση, από 44,5% το 2005 σε 49% το 2006 και 67% το 2007. Πρακτικά, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις έχουν υπόλοιπο σε τράπεζες που πρέπει να καλυφθεί ή να ανακυκλωθεί εντός δώδεκα μηνών, που αντιστοιχεί στα 2/3 των πωλήσεων που πραγματοποιούν σε ένα έτος.

Η αρνητική αυτή τάση, στο πλαίσιο των δυσμενών τρεχουσών οικονομικών συνθηκών, σε συνδυασμό και με τη χαμηλότερη και επιδεινούμενη ικανότητα εξυπηρέτησης των χρηματοοικονομικών εξόδων, διαμορφώνουν συνθήκες ασφυξίας για το ευαίσθητο, από πάρα πολλές απόψεις, αυτό τμήμα της σημερινής ελληνικής

επιχειρηματικότητας και πλήττουν την «αχίλλειο πτέρνα» της πλειονότητας των μικρών επιχειρήσεων, δηλαδή τη ρευστότητα.

Υπενθυμίζεται επίσης, ότι σύμφωνα με τα συμπεράσματα της ανάλυσης που στηρίχθηκε στο μοντέλο Credit Risk Tracker (CRT), οι μικρότερες επιχειρήσεις εμφανίζουν υψηλότερη κατά 30% πιθανότητα καθυστέρησης των πληρωμών τους έναντι της μέσης τιμής στην ελληνική οικονομία. Ακόμη, το Credit Risk Tracker αναπτύχθηκε για την Ελληνική Οικονομία από τον διεθνή οίκο Πιστοληπτικής Αξιολόγησης Standard & Poor's με την υποστήριξη και τη συνεργασία της Hellastat.

Συνυπολογίζοντας, το γεγονός ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις κινούνται την τελευταία τετραετία με ασθενικούς ρυθμούς ανάπτυξης και έντονη μέση πτώση της κερδοφορίας τους, γίνεται ευθέως αντιληπτό το μέγεθος του προβλήματος για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Το θετικό στοιχείο που προκύπτει από την ανάλυση είναι ότι ο τραπεζικός δανεισμός έχει χαμηλή διείσδυση στο τμήμα των πολύ μικρών επιχειρήσεων καθώς ενώ στο σύνολο του δείγματος εκτιμάται ότι μια στις δύο επιχειρήσεις κάνουν χρήση τραπεζικών κεφαλαίων, η αντίστοιχη σχέση στις πολύ μικρές διαμορφώνεται σε 22,6% και 22% το 2005.

Πάντως, παρόμοια συμπεράσματα προκύπτουν και για τις μικρές επιχειρήσεις, που έχουν έσοδα μέχρι 1.000.000 €, με μέσο δείκτη βραχυπρόθεσμου δανεισμού προς πωλήσεις στο 43% το 2007 από 35% το 2005, με διαχρονική επιδείνωση της κάλυψης τόκων στις τρεις φορές το 2007 από τέσσερις φορές το 2005. Επιπρόσθετα, αναφέρεται ότι ο δανεισμός σε αυτό το τμήμα της αγοράς είναι σχεδόν το ίδιο διαδεδομένος συγκριτικά με το σύνολο, με μια στις δύο επιχειρήσεις να εμφανίζουν τραπεζικές υποχρεώσεις βραχυπρόθεσμης διάρκειας (Μηλιαράκης, 2009).

Στον αντίποδα, οι μεγάλες επιχειρήσεις, που είχαν έσοδα άνω των 2.500.000 €, εμφανίζουν χαμηλότερη και βελτιούμενη τραπεζική επιβάρυνση, στο 20,4% των πωλήσεων το 2007 από 23,6% το 2005, με επίσης καλύτερη του μέσου αλλά επιδεινούμενη ικανότητα κάλυψης των τόκων, στις τέσσερις φορές το 2007. Βέβαια, ο βραχυπρόθεσμος τραπεζικός δανεισμός είναι ιδιαίτερα διαδεδομένος σε αυτό το κομμάτι της αγοράς καθώς σχεδόν οι τρεις στις τέσσερις επιχειρήσεις κάνουν χρήση βραχυπρόθεσμων τραπεζικών κεφαλαίων.

Πολλές εταιρείες δανείζονται περισσότερο προς διευκόλυνση της πελατείας τους, ιδίως των «μικρών» που πληρώνουν με μεταχρονολογημένες επιταγές, ήτοι αναγκάζονται προς αύξηση του κύκλου εργασιών τους, να παίρνουν δάνειο για κεφάλαιο κίνησης καθώς οι πληρωμές τους γίνονται με επιταγές που λήγουν πολλούς μήνες μετά την ημερομηνία έκδοσής τους. Οι μεγάλες επιχειρήσεις απολαμβάνουν υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης των πωλήσεών τους και μεγαλύτερη βελτίωση των καθαρών κερδών.

Συνοπτικά, τα προβλήματα χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναφέρονται σε:

- ✓ Υψηλά επιτόκια, τα μέσα επιτόκια χρηματοδοτήσεων να είναι συνέχεια περισσότερο από 4 - 5 μονάδες πάνω από το πληθωρισμό, διαφορά μικρότερη από το παρελθόν αλλά σημαντική για ένα πεδίο έντονου ανταγωνισμού.
- ✓ Υψηλά διαχειριστικά κόστη των δανείων.
- ✓ Η αυστηρή πολιτική των τραπεζών, σε σχέση με τις εξασφαλίσεις των δανειζομένων κεφαλαίων αποτελούν ανασχετικό παράγοντα ειδικά στις αναπτυσσόμενες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- ✓ Έλλειψη ή περιορισμός των διαθεσίμων τραπεζικών κεφαλαίων για λόγους, όπως η κάλυψη δημοσιονομικών αναγκών και ελλειμμάτων, άντληση μεγάλων κεφαλαίων για αναπτυξιακά έργα κ.λπ. (Μωράτης, 2005).

Κεφάλαιο 7ο: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Marketing

Σε αυτή την ενότητα γίνεται λόγος για το ρόλο που παίζει το marketing για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Ακόμη, αναλύονται τα στάδια ανάπτυξης του marketing δηλαδή τα τέσσερα διαδοχικά στάδια μεγέθυνσης της μικρομεσαίας επιχείρησης. Αρχικά, το στάδιο της αρχικής δραστηριότητας του marketing, δεύτερον το στάδιο της ενστικτώδους αντίδρασης των πωλήσεων, τρίτον το στάδιο της προσέγγισης του marketing και τελευταίο το στάδιο της ενσωμάτωσης του marketing. Τελειώνοντας, αξίζει να τονιστούν τα γενικά καθήκοντα, τόσο των διευθυντών, όσο και των στελεχών του marketing.

7.1 Ρόλος του Marketing στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Γενικά, στη διεθνή βιβλιογραφία θεωρείται δεδομένο ότι οι γενικές βασικές αρχές του marketing είναι εφαρμόσιμες, τόσο στις μεγάλες, όσο παράλληλα και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η μελέτη του marketing στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις συνιστά μια προβληματική που απασχολεί τους ερευνητές πάνω από είκοσι χρόνια. Τα τελευταία χρόνια οι τεχνικές του marketing υιοθετούνται από τη πλειονότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Αφορά, κυρίως το διαδικτυακό marketing και το ηλεκτρονικό εμπόριο.

Παρόλα αυτά, το ιδιαίτερο περιβάλλον και τα μοναδικά χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν σαν αποτέλεσμα τη διαφοροποίηση του συμβατικού marketing, αυτού δηλαδή που εφαρμόζεται στις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτά τα χαρακτηριστικά αναφέρονται στην ιδιαιτερότητα του τρόπου διοίκησης ή Management Style των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στην έλλειψη χρηματοδοτικών πόρων, στην έλλειψη υψηλά εξειδικευμένων στελεχών του και στην περιορισμένη επιρροή τους στην αγορά (Αλμπέρτου, 2010).

Πιο συγκεκριμένα, στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρατηρείται το συχνό φαινόμενο του ιδιοκτήτη ή manager, ο οποίος στην πλειονότητα των περιπτώσεων, είτε δεν έχει καθόλου γνώση περί marketing, είτε η γνώση του χαρακτηρίζεται ως ανεπαρκής. Επιπλέον, αξίζει να τονιστεί ότι η έλλειψη χρηματοδοτικών ικανοτήτων αναγκάζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είτε να μην εφαρμόζουν καμία τεχνική του

marketing, είτε να εφαρμόζουν αρκετά πρωτόλειες τεχνικές. Τέλος, αυτό καθιστά το marketing στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να βασίζεται κυρίως στην τυχειότητα και να έχει συνήθως μια άτυπη μορφή (Gilmore et al, 2001).

7.2 Στάδια Ανάπτυξης του Marketing

Σύμφωνα με τον Carson (1985), η μελέτη και η διερεύνηση των τεχνικών του marketing στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορεί να αναλυθεί με βάση την εξελικτική δυναμική μεγέθυνσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ως εκ' τούτου, γενικά η σημαντικότητα του marketing αυξάνεται καθώς η μικρομεσαία επιχείρηση περνάει τα τέσσερα διαδοχικά στάδια μεγέθυνσής της. Αυτά τα στάδια αναλυτικά είναι:

-  Της Αρχικής Δραστηριότητας Του Marketing: γενικότερα η ίδρυση μιας νέας μικρομεσαίας επιχείρησης έχει σαν αποτέλεσμα, οι όποιες στρατηγικές και τεχνικές marketing που εφαρμόζονται να είναι αυστηρά προσανατολισμένες στην παραγωγή, δηλαδή κυρίως στην ποιότητα του προϊόντος. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα ο τομέας των πωλήσεων να θεωρείται δευτερευούσης σημασίας από τους ιδιοκτήτες αυτών των επιχειρήσεων. Επομένως, σε αυτό το αρχικό στάδιο ανάπτυξης, είτε δεν εφαρμόζεται καμία τεχνική του marketing, είτε αυτές που εφαρμόζονται μπορούν κάλλιστα να χαρακτηριστούν ειδικότερα ως πρωτόγονες.
-  Της Ενστικτώδης Αντίδρασης Των Πωλήσεων: καθώς σήμερα η μικρομεσαία επιχείρηση αρχίζει να μεγεθύνεται αποκτώντας περισσότερους πελάτες και διευρύνοντας τις πωλήσεις σε περισσότερο από μια αγορές, προκύπτει εξ' αντικειμένου η ανάγκη να εφαρμοστούν κάποιες στρατηγικές του marketing από την πλευρά των πωλήσεων. Αυτές στην πλειονότητα των περιπτώσεων αφορούν πολιτικές προώθησης του προϊόντος μέσω της εκτύπωσης διαφημιστικών φυλλαδίων. Αυτό όμως, που θα πρέπει να τονιστεί είναι ότι αυτή η προώθηση δεν πραγματοποιείται με τρόπο συνταγμένο, οργανωμένο και βασισμένο πάνω στο επιστημονικό marketing, αλλά κυρίως αποτελεί ενστικτώδη αντίδραση γενικά του ιδιοκτήτη - επιχειρηματία της μικρομεσαίας επιχείρησης να προσελκύσει περισσότερους πελάτες.

✚ Της Προσέγγισης Του Marketing: καθώς η μικρομεσαία επιχείρηση περνάει από το τρίτο διαδοχικό στάδιο της ανάπτυξής της, οι στρατηγικές marketing που εφαρμόζει μπορεί να αυξάνονται σε όρους ποιοτικούς, η ποιοτική διάσταση όμως αυτών παραμένει η ίδια. Με άλλα λόγια, ο ιδιοκτήτης - επιχειρηματίας, έχοντας ανεπαρκή γνώση του marketing, συνεχίζει μέσω σπασμωδικών ενεργειών να εφαρμόζει πρωτόλειες τακτικές προώθησης του προϊόντος του, κυρίως μέσω παραγωγής κάποιων διαφημιστικών φυλλαδίων και μερικών τυποποιημένων προωθητικών επιστολών. Σκοπός παραμένει να προσελκύσει έναν «ικανοποιητικό», γι' αυτόν πάντα αριθμό πελατών.

✚ Της Ενσωμάτωσης Του Marketing: καθώς ειδικότερα σήμερα η μικρομεσαία επιχείρηση περνάει στο τελευταίο στάδιο ανάπτυξής της πέρα, δηλαδή από αυτό παύει να χαρακτηρίζεται ως μικρομεσαία, το εφαρμοζόμενο από αυτήν marketing αρχίζει να προσομοιάζει με αυτών που εφαρμόζουν οι μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου. Αρχίζει με άλλα λόγια, να αποκτά όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά ενός επαγγελματικού και επιστημονικού marketing.

Αυτό που θα πρέπει να επισημανθεί είναι ότι, ελάχιστες μικρομεσαίες επιχειρήσεις καταφέρνουν να φτάσουν στο τέταρτο και τελευταίο στάδιο ανάπτυξής τους. Το αποτέλεσμα είναι να παραμένει ο γενικός κανόνας που θέλει το όποιο marketing που εφαρμόζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να χαρακτηρίζεται ως «πρωτόγονο», σπασμωδικό, μη οργανωμένο, επαφιόμενο κυρίως στον ερασιτεχνισμό του ιδιοκτήτη - επιχειρηματία, σίγουρα μη επαγγελματικό και μη επιστημονικό.

7.3 Καθήκοντα Διευθυντών και Στελεχών Marketing

Η γνώση του marketing από τους διάφορους επαγγελματίες και μικρομεσαίους επιχειρηματίες αποτελεί βασικό προσόν για την επιτυχή άσκηση του επαγγέλματος και την ανάπτυξη της επιχείρησης για δυο κυρίους λόγους. Καταρχήν, η άσκηση ενός επαγγέλματος εκτός από το καθαρά τεχνικό μέρος είναι και μια επιχειρηματική δραστηριότητα υποκείμενη στους κανόνες και στις αρχές της επιστήμης της διοίκησης των επιχειρήσεων και κυρίως του κλάδου του marketing. Μια μικρομεσαία

επιχείρηση χρειάζεται οργάνωση και διοίκηση καλυπτόμενη από το σκεπτικό του marketing (Τομάρας, 2009).

Έπειτα, πάντα εκμεταλλεύεται τις τεχνικές έρευνας, αξιολόγησης λήψης αποφάσεων και έλεγχου που χρησιμοποιεί το marketing για να μπορέσει αρχικά να επιβιώσει και εν' συνεχεία να επεκταθεί και να μεγεθυνθεί. Επομένως, το marketing αποτελεί σίγουρα συστατικό στοιχείο επιτυχίας μιας επιχείρησης, ποσό δε μάλλον μιας μικρομεσαίας επιχείρησης. Δεύτερον, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οι μεμονωμένοι επαγγελματίες έχουν μεγαλύτερη ανάγκη την ερευνά αγοράς, διότι έχουν να ανταγωνιστούν τις καλά οργανωμένες μεγάλες επιχειρήσεις που γνωρίζουν και χρησιμοποιούν τα πλεονεκτήματα και τις δυνατότητες της έρευνας αγοράς και του marketing (Αλμπέρτου, 2010).

Μάλιστα, το στέλεχος του marketing πρέπει να μπορεί να ανταποκρίνεται στην απαιτητική φύση της εργασίας του και να διακρίνεται από τις διάφορες ικανότητες. Αρχικά, να θέτει στόχους που πρέπει να επιτευχθούν, να επισημαίνει και να αναλύει τις δυνάμεις της επιχείρησης, να αξιοποιεί τις ευκαιρίες και να αποφεύγει τις απειλές του επιχειρησιακού περιβάλλοντος. Παράλληλα, να υλοποιεί έρευνες marketing για να ανακαλύπτει νέες ανάγκες και τρόπους ικανοποίησης τους, να αναπτύσσει και να εφαρμόζει τις κατάλληλες στρατηγικές marketing, παίρνοντας τις σωστές για την επιχείρηση αποφάσεις.

Τέλος, να παρακολουθεί την ανάπτυξη νέων προϊόντων, να καθορίζει την τιμολογιακή πολιτική, να διαχειρίζεται τα κανάλια διανομής και να παίρνει αποφάσεις σχετικά με τη φυσική διανομή των προϊόντων. Καταλήγοντας, να καταρτίζει και να υλοποιεί σχέδια για την διαφήμιση, την προώθηση πωλήσεων, τις δημόσιες σχέσεις, την προσωπική πώληση και οργάνωση καθώς και την διοίκηση των πωλήσεων (Τομάρας, 2009).

Κεφάλαιο 8^ο: Νομός Άρτας

Σε αυτή την ενότητα γίνεται η περιγραφή της περιοχής μελέτης. Αρχικά, γίνεται μια ιστορική αναδρομή για το Νομό Άρτας από τα Ομηρικά χρόνια έως σήμερα, ενώ παράλληλα επισημαίνονται, τόσο οι θρησκευτικές, όσο και οι ιστορικές προσωπικότητες της περιοχής. Στη συνέχεια, γίνεται αναφορά στον γεωγραφικό προσδιορισμό του Νομού Άρτας αλλά και στην διοικητική διαίρεση με βάση το σχέδιο Καλλικράτη. Παρουσιάζονται ακόμη, τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του Νομού και δίνονται στοιχεία για τον μόνιμο, πραγματικό και νόμιμο πληθυσμό του βάσει της απογραφής που έγινε το έτος 2011. Τέλος, επισημαίνεται το οικονομικό προφίλ του Νομού, οι κλάδοι της οικονομικής δραστηριότητας καθώς και η κατανομή του πληθυσμού ανά κλάδο για το Νομό Άρτας σε σύγκριση με την Ήπειρο και το σύνολο της χώρας μας.

8.1 Ιστορική Αναδρομή

Η Άρτα είναι η πρωτεύουσα του Νομού της Άρτας και του Δήμου Αρταίων. Είναι η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη σε πληθυσμό και η πρώτη σε ιστορία πόλη της Ηπείρου. Η ιστορία του Νομού της Άρτας χάνεται στα βάθη των αιώνων. Στην αρχαιότητα η παρουσία ανθρώπου στα όρια της σημερινής Περιφερειακής Ενότητας Άρτας μπορεί να πιστοποιηθεί από λιγοστά ευρήματα. Πρόκειται για ευρήματα που χρονολογούνται τη νεολιθική εποχή, αντιπροσωπεύονται από έναν λίθινο πέλεκη και εντοπίστηκαν στο Αρχαίο Όρραον, δηλαδή στην ακρόπολη του Αμμότοπου.

Από τα Ομηρικά χρόνια ο τόπος αυτός κατοικούνταν στα πεδινά από τους Δρύοιες και στα ορεινά από τους Αθαμάνες. Αξίζει να σημειωθεί ότι, οι Αθαμάνες κατοικούσαν στην περιοχή των Αθαμανικών Όρεων, δηλαδή στα σημερινά Τζουμέρκα. Οφείλουν το όνομά τους στο μυθικό βασιλιά Αθάμαντα που ήρθε από τον Ορχομενό της Βοιωτίας, εγκαταστάθηκε και τελικά βασίλεψε στην περιοχή. Η χώρα των Αθαμάνων εκτεινόταν μεταξύ Ηπείρου, Θεσσαλίας και Δυτικής Στερεάς Ελλάδας (Γεωργογιάννης, 2007).

Το 625 π.Χ., οι Κορίνθιοι με Αρχηγό τον Γοργό ίδρυσαν την Αρχαία Αμβρακία. Η πόλη της Αρχαίας Αμβρακίας κατά τον 6^ο αιώνα π.Χ. υπήρξε αξιόλογο

κέντρο του κορινθιακού εμπορίου στη βορειοδυτική Ελλάδα και σημαντικός σταθμός στα ταξίδια του προς την Κάτω Ιταλία. Η Αμβρακία έλαβε μέρος ακόμη στους Περσικούς Πολέμους και συμμετείχε με σημαντική δύναμη στη Μάχη των Πλαταιών.



Εικόνα 1: Άποψη Της Πόλης

Επί βασιλέως Πύρρου η Αμβρακία γνώρισε τεράστιο μεγαλείο καθώς έγιναν έργα και οικοδομήματα ανυπολόγιστης αξίας που τα περισσότερα σώζονται ακόμη και σήμερα. Ο Πύρρος της Ηπείρου, βασιλιάς των Μολοσσών, μετέφερε το 295 π.Χ. στην Αμβρακία την πρωτεύουσα του κράτους του. Ο βασιλιάς έδωσε διεθνή αίγλη όχι μόνο στην πόλη, αλλά και σε ολόκληρη την Ήπειρο (Στρατή, 1969). Η Ολυμπιάδα, η μητέρα του Μεγάλου Αλεξάνδρου, από το 379 π.Χ. έως το 316 π.Χ. έζησε στην Αρχαία Αμβρακία. Το 167 π.Χ., η Αμβρακία πέφτει στα χέρια των Ρωμαίων και πολλοί θησαυροί της μεταφέρονται στη Ρώμη. Με την ίδρυση της Νικόπολης το 31 μ.Χ., η Αμβρακία έπαιξε αξιόλογο ρόλο στην περιοχή (Κασελούρης, 1980).

Η Άρτα αναφέρεται για πρώτη φορά με το όνομά της το 1802 που κατά μια εκδοχή πιθανόν προέρχεται από παραφθορά του ονόματος της Αρχαίας Αμβρακίας ή από το όνομα του ποταμού Αράχθου. Αξιοπρόσεκτη είναι επίσης, η άποψη ότι η λέξη Άρτα προέρχεται από τη λατινική λέξη artus ή arta, που σημαίνει στενή ή στενά. Το 1204, η Άρτα έγινε πρωτεύουσα του κράτους της Ηπείρου, που είναι γνωστό ως Δεσποτάτο της Ηπείρου. Ιδρυτής του ήταν ο Μιχαήλ Α΄ Άγγελος Κομνηνός Δούκας (1205 - 1215), συγγενής της αυτοκρατορικής οικογένειας των Κομνηνών.

Στις 24 Μαρτίου 1449, η Άρτα πέφτει στα χέρια των Τούρκων. Το 1788, η διοίκηση της πόλης πέρασε στη δικαιοδοσία του Αλή Πασά των Ιωαννίνων και μετά τον αποκεφαλισμό του, η Άρτα περιήλθε στην εξουσία του Χουρσίτ Πασά και σύντομα στον Κιουταχή Πασά (Χατζηγεωργίου, 1962). Οι Έλληνες αποτυγχάνουν να συμπεριλάβουν την Άρτα στο νεοσύστατο ελληνικό κράτος, με το τέλος της επανάστασης το 1821, μολονότι τα πρώτα σύνορα έφταναν μέχρι τον Αμβρακικό. Στις 4 Ιουλίου 1822, έγινε στο νομό της Άρτας η Μάχη του Πέτα. Τα κινήματα στην περιοχή των Τζουμέρκων αποτυγχάνουν και οι επαναστατημένοι Έλληνες αναγκάζονται σε αυτή τη Μάχη να υποστούν μια από τις χειρότερες ήττες κατά τη διάρκεια της Επανάστασης, στην οποία χάθηκαν εκτός από Έλληνες και πολλοί εθελοντές Φιλέλληνες.



Εικόνα 2: Βασιλιάς Πύρρος

Η Άρτα ανέκτησε την ανεξαρτησία της από τους Τούρκους με τη Συνθήκη του Βερολίνου το 1881, πρώτη από όλη την Ήπειρο, όμως η περιοχή του κάμπου παρέμεινε υπό Τουρκική Κατοχή. Το 1883, δημιουργήθηκε ο ομώνυμος νομός. Η απελευθέρωση ολόκληρης της Ηπείρου έγινε το 1912 - 1913, οπότε απελευθερώθηκε ο κάμπος της Άρτας μαζί με την Πρέβεζα, την Θεσπρωτία και τα Ιωάννινα. Κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, στις 16 Αυγούστου 1943, στο χωριό Κομμένο της Άρτας διαπράχθηκε η Σφαγή του Κομμένου, η οποία ήταν μια από τις μεγαλύτερες σφαγές αμάχων στην ιστορία της Γερμανικής Κατοχής στην Ελλάδα.

Η πόλη σήμερα πρωτεύουσα του ομώνυμου νομού, βρίσκεται σε απόσταση 365 χλμ. από την Αθήνα. Είναι κτισμένη στην αριστερή όχθη του ποταμού Αράχθου και απλώνεται αμφιθεατρικά στους πρόποδες του λόφου της Περάνθης. Η προνομιά της, η ευφορία του εδάφους της και το κλίμα ήταν οι κυριότεροι λόγοι που έδωσαν στην πόλη μια συνέχεια ζωής από τον 9^ο αιώνα π.Χ. έως σήμερα.



Εικόνα 3: Περίφημο Γεφύρι Της Άρτας

Οι σημαντικότερες θρησκευτικές και ιστορικές προσωπικότητες της περιοχής είναι ο Πύρρος, βασιλιάς της Ηπείρου και μεγάλη στρατιωτική φυσιογνωμία, η Αγία Θεοδώρα, ήταν σύζυγος του δεσπότη της Ηπείρου Μιχαήλ Β' Δούκα Κομνηνού και έγινε μοναχή μετά το θάνατο του συζύγου της στο μοναστήρι του Αγίου Γεωργίου, η εκκλησία του οποίου σήμερα φέρει το όνομά της (Γιαννέλος, 2001). Μία ακόμη σημαντική προσωπικότητα ο Μάξιμος ο Γραικός, ο οποίος γεννήθηκε στην Άρτα και κλήθηκε από τη Μόσχα να αναλάβει τη μετάφραση των λειτουργικών βιβλίων.

Ακόμη, ο Νικόλαος Σκουφάς ένας από τους ιδρυτές της Φιλικής Εταιρίας, ο οποίος γεννήθηκε το 1779 στο Κομπότι της Άρτας και ο Μακρυγιάννης, ο στρατηγός της Επανάστασης του 1821 που έζησε στην Άρτα για αρκετά χρόνια, μυήθηκε στη Φιλική Εταιρία και αργότερα φυλακίστηκε στο Κάστρο της Άρτας. Τελευταίος ωστόσο αξίζει να αναφερθεί ο Γεώργιος Καραϊσκάκης ένας από τους σπουδαιότερους

αρχιστράτηγους της Ελληνικής Επανάστασης, ο οποίος γεννήθηκε στη Σκουληκαριά της Άρτας και πιο συγκεκριμένα στην Ιερά Μονή Κοιμήσεως της Θεοτόκου.

8.2 Γεωγραφικός Προσδιορισμός

Στα δυτικά της Ηπειρωτικής Ελλάδας και στο νοτιοανατολικό τμήμα της Περιφέρειας Ηπείρου βρίσκεται ο Νομός της Άρτας. Συνορεύει στα βόρεια με το Νομό Ιωαννίνων, ανατολικά με τους Νομούς Τρικάλων, Καρδίτσας και Αιτωλοακαρνανίας, δυτικά με τους Νομούς Πρέβεζας και Ιωαννίνων, νότια με το Νομό Αιτωλοακαρνανίας, ενώ βρέχεται από τον Αμβρακικό Κόλπο. Τόπος με πολλές αντιθέσεις και ομορφιά, συνδυάζει τον ορεινό όγκο των Τζουμέρκων στα ανατολικά, τον κάμπο στα δυτικά, τον Αμβρακικό Κόλπο στα νότια, ενώ η πόλη της Άρτας διασχίζεται από τον ποταμό Άραχθο.



Εικόνα 4: Ο Νομός Της Άρτας

Ο Νομός Άρτας είναι ο τρίτος μεγαλύτερος των τεσσάρων νομών του Ηπειρωτικού διαμερίσματος με κύριο χαρακτηριστικό την ομορφιά της αντίθεσης μεταξύ ορεινού και πεδινού όγκου. Ο Νομός της Άρτας έχει έκταση 1.662.000 στρέμματα. Η χώρα είναι ορεινή στο 70% της επιφάνειας της, πεδινή στο 18% και ημιορεινή στο 11%. Οι ορεινές και ημιορεινές περιοχές βρίσκονται κυρίως σε όλη την έκταση του νομού. Ανατολικά υψώνονται οι προεκτάσεις της Πίνδου, τα Αθαμανικά Όρη ή Τζουμέρκα, η μεγάλη οροσειρά της δυτικής Ελλάδας.

Ακόμη, δυτικά βρίσκεται το Ξηροβούνι στα όρια του νομού ενώ στο νοτιοανατολικό τμήμα του νομού της Άρτας δεσπόζουν τα Όρη Βάλτου που δημιουργούν μαγευτικά ορεινά τοπία που γοητεύουν τον επισκέπτη. Ατελείωτη σαν καταπράσινη θάλασσα απλώνεται στα νοτιοδυτικά του νομού η πεδιάδα της Άρτας. Η πεδιάδα διασχίζεται από τους ποταμούς Αραχθό και Λούρο. Παράλληλα, ο ποταμός Αχελώος διέρχεται από τα όρια του νομού Άρτας και Καρδίτσας και εκβάλλει στο Ιόνιο Πέλαγος (Περιφερειακή Ενότητα Άρτας, 2016).

Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί η ύπαρξη της τεχνητής λίμνης του Πουρναρίου στα βορειοανατολικά του Δήμου Αρταίων που δημιουργήθηκε μετά την κατασκευή του ομώνυμου υδροηλεκτρικού φράγματος. Επίσης, υπάρχει και η τεχνητή λίμνη της Άρτας, η οποία καλύπτει μια έκταση περίπου 90 στρεμμάτων και στην οποία υπάρχει τοξωτή γέφυρα.

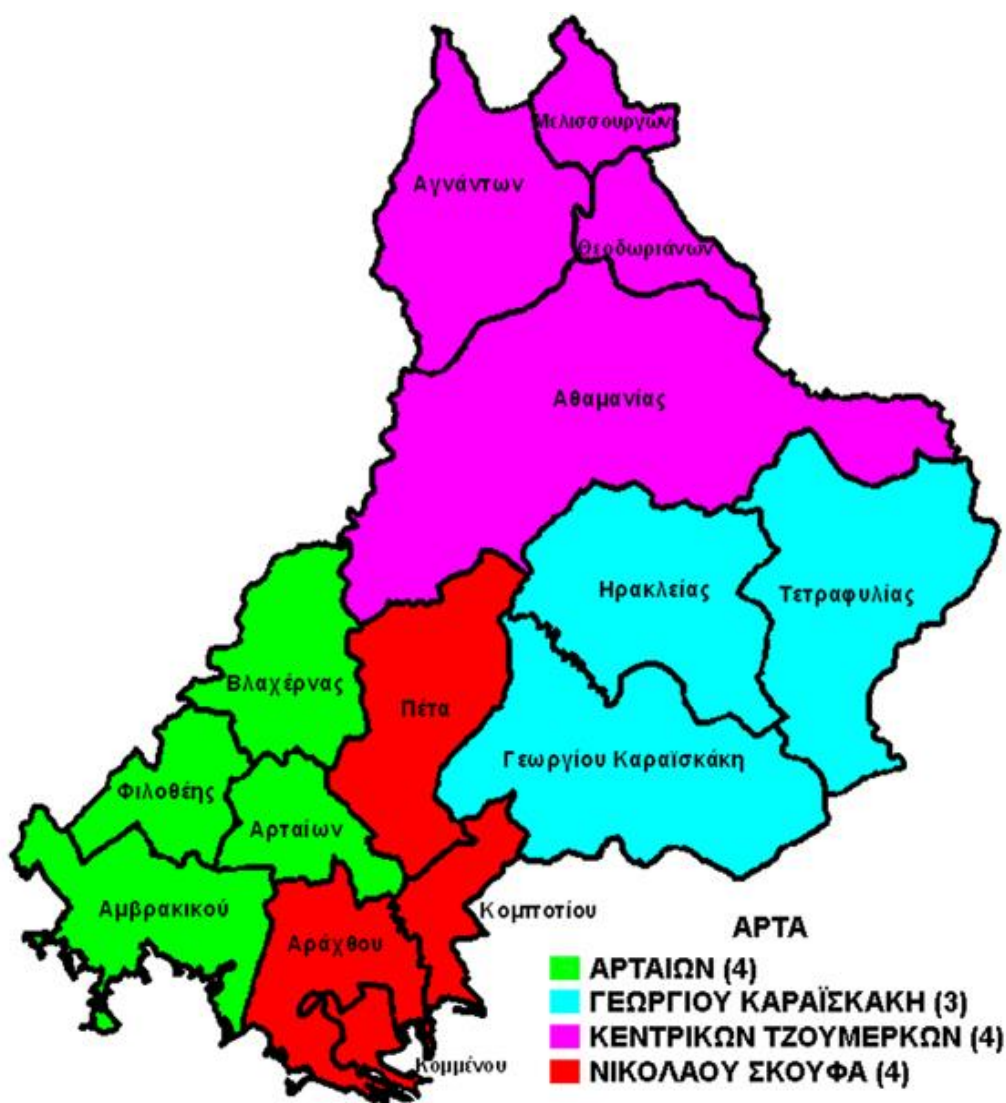
8.3 Διοικητική Διαίρεση

Σύμφωνα με το Πρόγραμμα Καλλικράτης, δηλαδή τον ελληνικό νόμο 3852/2010 (Φ.Ε.Κ. 87Α/7-1-2010), με τον οποίο μεταρρυθμίστηκε η διοικητική διαίρεση της Ελλάδας, δημιουργήθηκαν οι εξής 4 νέοι δήμοι:

- Ο Δήμος Αρταίων, ο οποίος συστάθηκε από τη συνένωση των Δήμων Αμβρακικού, Αρταίων, Βλαχέρνας, Ξηροβουνίου και Φιλοθέης. Μοναδική πόλη και έδρα του δήμου είναι η Άρτα.
- Ο Δήμος Γεωργίου Καραϊσκάκη, ο οποίος συστάθηκε με τη συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων Ηρακλείας, Καραϊσκάκη και Τετραφυλίας. Η έδρα του

δήμου είναι η Άνω Καλεντίνη. Επίσης, οι Πηγές Άρτας έχουν ορισθεί ως ιστορική έδρα.

- Ο Δήμος Κεντρικών Τζουμέρκων, ο οποίος συστάθηκε από τη συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων Αγνάντων και Αθαμανίας και των κοινοτήτων Θεοδωριάνων και Μελισσουργών. Έδρα του είναι το Βουργαρέλι.
- Ο Δήμος Νικολάου Σκουφά, ο οποίος συστάθηκε από τη συνένωση των προϋπαρχόντων δήμων Αράχθου, Κομποτίου, Πέτα και της κοινότητας Κομμένου. Έδρα του δήμου είναι το Πέτα. Το Κομμένο έχει ορισθεί ως ιστορική έδρα (Δήμοι Νομού Άρτας, 2016).

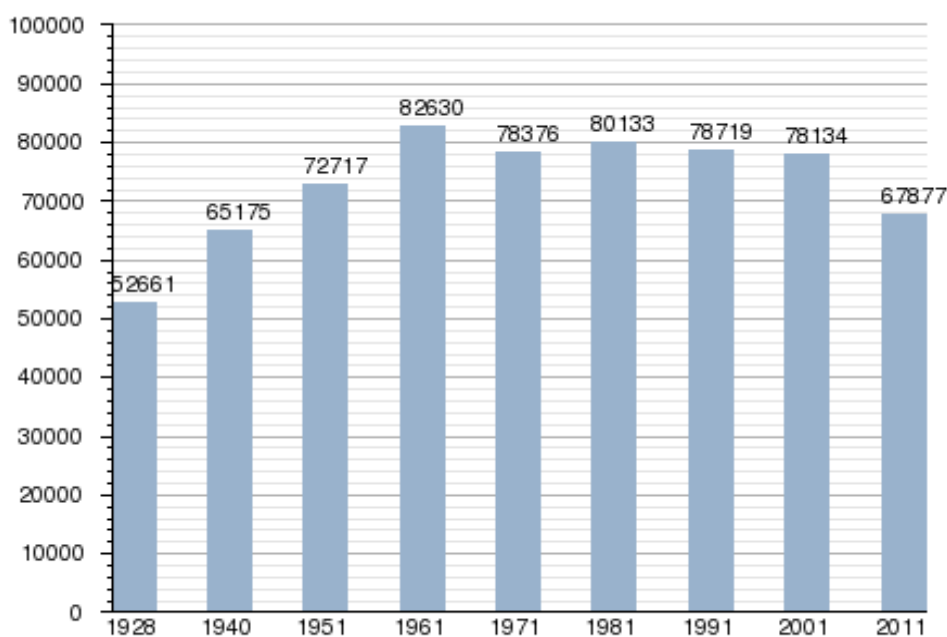


Εικόνα 5: Οι Δήμοι Του Νομού Άρτας

8.4 Δημογραφικά Στοιχεία

Ο Νομός της Άρτας σύμφωνα με την τελευταία απογραφή που έγινε το 2011 έχει μόνιμο πληθυσμό 67.877 κατοίκους. Στην περιφερειακή ενότητα Άρτας ζει το 20% του συνολικού πληθυσμού της περιφέρειας Ηπείρου και το 0,63% του συνολικού πληθυσμού της χώρας. Η πυκνότητα του μόνιμου πληθυσμού στο Νομό της Άρτας είναι 40,84 τ.χλμ.

ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ ΤΟΥ ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ



ΠΗΓΗ: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Ο πληθυσμός της περιοχής μετά από χρόνια οριακής αυξομειώσης, το 2011 σημείωσε το χαμηλότερο ποσοστό των τελευταίων εξήντα ετών. Αναλυτικά, ο Δήμος Αρταίων έχει μόνιμο πληθυσμό 43.166 κατοίκους με πυκνότητα μόνιμου πληθυσμού 94,40 τ.χλμ. Ο μόνιμος πληθυσμός του Δήμου Γεωργίου Καραϊσκάκη ανέρχεται σε 5.850 κατοίκους, ενώ ο Δήμος Κεντρικών Τζουμέρκων έχει μόνιμο πληθυσμό 6.230 κατοίκους. Αντίστοιχα, ο Δήμος Νικολάου Σκουφά έχει μόνιμο πληθυσμό 12.810 κατοίκους. Η πρώτη φορά, όπου η περιοχή της Άρτας ξεπέρασε τους 80.000 κατοίκους ήταν το 1961, με 82.630 κατοίκους, αριθμός ο οποίος υπήρξε και ο μέγιστος αριθμός κατοίκων.

Πίνακας 2: Δημογραφικά Στοιχεία Νομού Άρτας από την Απογραφή του Πληθυσμού που έγινε το έτος 2011.

A/A	ΔΗΜΟΣ	ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ (Απογραφή 2011)	ΕΚΤΑΣΗ (τ.χλμ.)	ΑΡΙΘΜ. ΔΗΜΟΤ. ΕΝΟΤΗΤΩΝ	ΑΡΙΘΜ. ΔΗΜΟΤ. & ΤΟΠ. ΚΟΙΝΟΤ.	ΕΔΡΑ ΔΗΜΟΥ
1	Δήμος Αρταίων	42.980	457	5	31	Άρτα
2	Δήμος Γεωργίου Καραϊσκάκη	5.850	464	3	16	Άνω Καλεντίνη
3	Δήμος Κεντρικών Τζουμέρκων	6.230	509	4	22	Βουργαρέλι
4	Δήμος Νικολάου Σκουφά	12.810	232	4	14	Πέτα
ΣΥΝΟΛΟ Π.Ε. ΑΡΤΑΣ		67.870	1.662	16	83	

Πηγή ΕΛ. ΣΤΑΤ.

Αρχικά, αποδίδονται οι ορισμοί του Μόνιμου, Πραγματικού και του Νόμιμου Πληθυσμού για να μην υπάρξει σύγχυση κατά την παρουσίαση των αποτελεσμάτων και στη συνέχεια, παρουσιάζονται τα δημογραφικά αποτελέσματα του Δήμου Αρταίων.

- **Μόνιμος Πληθυσμός** είναι ο αριθμός των ατόμων που έχουν τη συνήθη διανομή τους σε κάθε περιφέρεια, νομό, δήμο / κοινότητα, δημοτικό / κοινοτικό διαμέρισμα και αυτοτελή οικισμό.
- **Πραγματικός Πληθυσμός** είναι ο αριθμός των ατόμων που βρέθηκαν παρόντα κατά την ημέρα της απογραφής, σε κάθε περιφέρεια, νομό, δήμο / κοινότητα, δημοτικό / κοινοτικό διαμέρισμα και αυτοτελή οικισμό.
- **Νόμιμος Πληθυσμός** κάθε δήμου ή κοινότητας είναι ο αριθμός των ατόμων κάθε ηλικίας και φύλου, τα οποία κατά την ημέρα της απογραφής δήλωσαν ότι είναι καταχωρημένα στα αντίστοιχα δημοτολόγια και εφόσον κατά την

ημέρα της απογραφής βρίσκονταν στη χώρα και απογράφηκαν ως παρόντα ή απουσίαζαν προσωρινώς στο εξωτερικό.

Πίνακας 3: Πραγματικού, Μόνιμου και Νόμιμου Πληθυσμού κατά Δημοτική Ενότητα βάσει της Απογραφής του έτους 2011.

Δημοτική Ενότητα	Μόνιμος Πληθυσμός	Πραγματικός Πληθυσμός	Νόμιμος Πληθυσμός
Δ.Ε. Αρταίων	27.330	26.961	30.234
Δ.Ε. Αμβρακικού	4.268	4.344	4.852
Δ.Ε. Βλαχερνών	2.941	2.915	3.262
Δ.Ε. Ξηροβουνίου	3.184	3.257	4.241
Δ.Ε. Φιλοθέης	5.443	5.508	5.712
Σύνολο	43.166	42.985	48.301

Πηγή ΕΛ. ΣΤΑΤ.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του 2001, παρατηρείται μια μετακίνηση του ενεργού δυναμικού από τα ορεινά προς τα παιδιά, όπου υπάρχει το αστικό κέντρο και επομένως περισσότερες ευκαιρίες απασχόλησης. Η απασχόληση είναι βασική αιτία εγκατάλειψης των ορεινών περιοχών αλλά και παράγοντες γεωγραφικοί και κοινωνικοί συμβάλλουν εξίσου σε αυτή. Ο αστικός πληθυσμός του Νομού Άρτας ανέρχεται στο 39,53% περίπου του συνολικού της πληθυσμού, ενώ ο αγροτικός πληθυσμός ανέρχεται στο 60,47% του συνόλου (Περιφερειακή Ενότητα Νομού Άρτας, 2016).

Πίνακας 4: Τα Μεγαλύτερα Διαμερίσματα του Νομού της Άρτας

Τα μεγαλύτερα Δ. Διαμερίσματα της Π.Ε Άρτας		
Όνομα	Πληθυσμός	Δήμος
<u>Άρτα</u>	24.427	Δήμος Αρταίων
<u>Πέτα</u>	4.105	Δήμος Ν.Σκουφά
<u>Κωστακίοι</u>	2.175	Δήμος Αρταίων
<u>Νεοχώρι</u>	1.737	Δήμος Ν.Σκουφά
<u>Κομπότι</u>	1.650	Δήμος Ν.Σκουφά
<u>Ανέζα</u>	1.443	Δήμος Αρταίων
<u>Γραμμενίτσα</u>	1.373	Δήμος Αρταίων
<u>Χαλκιάδες</u>	1.284	Δήμος Αρταίων
<u>Αγία Παρασκευή</u>	1.160	Δήμος Ν.Σκουφά
<u>Άγιος Σπυρίδωνας</u>	1.059	Δήμος Αρταίων

Πηγή Δημαρχείο Άρτας

Πιο συγκεκριμένα, με τα στοιχεία της απογραφής 2001, οι κάτοικοι με ηλικία πάνω των 65 ετών στην Περιφέρεια αντιπροσωπεύουν το 20,40% του συνόλου πληθυσμού, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τον Νομό Άρτας είναι 22,59%.

8.5 Οικονομία

Ο Νομός της Άρτας είναι μια κατεξοχήν αγροτική περιοχή καθώς με βάση τα στοιχεία του 2007, το 32,2% των απασχολούμενων εργάζεται στον πρωτογενή τομέα, γεγονός που είναι φυσικά αναμενόμενο καθώς στην Άρτα μαζί με την Πρέβεζα, συγκεντρώνονται τα πλέον πεδινά τμήματα της Περιφέρειας αλλά και η υψηλής παραγωγικότητας γεωργική γη. Ο λιγότερο αγροτικός Δήμος στην Π.Ε. Άρτας υπήρξε το 2007, ο Δήμος Αρταίων (Σχέδιο Καποδίστριας), όπου μονάχα το 10% των απασχολούμενων είχε κάποια ασχολία σχετική με τον πρωτογενή τομέα, ενώ 64,7% εργάζονταν στον τριτογενή τομέα.

Αντίθετα, οι πλέον αγροτικοί δήμοι υπήρξαν το 2007, ο πρώην Δήμος Αράχθου και η πρώην Κοινότητα Κομμένου, δηλαδή ο σημερινός Δήμος Νικολάου Σκουφά, όπου τα ποσοστά απασχόλησης στον πρωτογενή τομέα έφθασαν το 62,4% και 66,4% αντίστοιχα. Με λίγα λόγια, προκύπτει ότι ο Νομός Άρτας συνεισφέρει το 0,4% του συνολικού Α.Ε.Π. της χώρας.



Εικόνα 6: Χρήματα

Αναλυτικά, το 2001 ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός αντιστοιχούσε σε 26.100 άτομα από τα οποία οι 7.800 είχαν κάποια ασχολία στον πρωτογενή τομέα, 4.400 στο δευτερογενή τομέα και 10.800 στον τριτογενή τομέα. Στην απογραφή του 2001 δήλωσαν άνεργοι 3.100 άνθρωποι. Σύμφωνα, με στοιχεία του Επιμελητηρίου Άρτας η κατανομή ανά κλάδο μελών στην Άρτα είναι:

- Βιομηχανικό: 16
- Βιοτεχνικό: 977
- Εμπορικό: 1212
- Επαγγελματικό: 2513
- Τουριστικό: 24

Το συνολικό εμπόριο της Περιφέρειας Ηπείρου παρουσιάζει καθοδική πορεία κατά την διάρκεια της περιόδου 2003 - 2005 για να αυξηθεί το 2006. Ο Νομός Άρτας, το 2006 κατέλαβε την 42η θέση στον τομέα των εξαγωγών και οι εξαγωγές ανήλθαν σε 14.158.873 €. Σύμφωνα με στοιχεία έρευνας στο Νομό, δήλωσαν ότι έχουν

εξαγωγική δραστηριότητα 27 επιχειρήσεις. Η πλειονότητα των επιχειρήσεων αυτών ανήκει στον ευρύτερο κλάδο των τροφίμων και ποτών.

Σημαντικό ρόλο ωστόσο, για την βελτίωση της οικονομίας όχι μόνο του Νομού Άρτας αλλά και του Δήμου Αρταίων είναι τα έργα υποδομής που ολοκληρώθηκαν (Εγνατία Οδός, Λιμάνι Ηγουμενίτσας) καθώς και τα εκτελούμενα (Ιόνια Οδός, συνεχής βελτίωση του επαρχιακού και εθνικού οδικού δικτύου). Η ολοκλήρωση της Ιόνιας Οδού θα επιφέρει μείωση του κόστους μεταφορών, άνοιγμα των νέων αγορών για τις τοπικές οικονομίες, θα δώσει δυναμική στον τουρισμό, θα γίνουν νέες επενδύσεις και θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας.

Ακόμη, θα ενισχυθούν οι τοπικές επιχειρήσεις και θα βελτιωθούν οι συνθήκες μεταφοράς των αγροτικών προϊόντων. Έτσι, θα επιτευχθεί ασφάλεια, οικονομία και άνεση κατά την μετακίνηση. Εξίσου, σημαντική θα είναι η συμβολή των νέων έργων υποδομής στην προστασία του περιβάλλοντος, αφού θα περιορισθεί η κατανάλωση σε καύσιμα, θα αποσυμφορηθούν οι πόλεις, μέσω των παρακαμπτηρίων οδών, από την κίνηση των οχημάτων και θα περιορισθεί η ηχορύπανση των κατοικημένων περιοχών (Περιφερειακή Ενότητα Νομού Άρτας, 2016).

Δεδομένου ότι, η ολοκλήρωση της Ιόνιας Οδού θα συνδέει το Δυτικό τμήμα της χώρας με την Πελοπόννησο, και στη συνέχεια, μέσω της Εγνατίας, τη λοιπή χώρα, θα συμβάλει στην άρση της συγκοινωνιακής απομόνωσης όχι μόνο του Νομού της Άρτας αλλά και ολόκληρης της Ηπείρου. Επιπλέον, η υλοποίηση αυτού του σημαντικότερου έργου θα δώσει τη δυνατότητα στη χώρα μας να συνδεθεί με άλλες χώρες των Βαλκανίων και στο μέλλον να επικοινωνεί με τη Δυτική και Κεντρική Ευρώπη ακριβώς, όπως γίνεται σήμερα με την Ιταλία και την Αλβανία.

8.6 Κλάδοι Οικονομικής Δραστηριότητας

8.6.1 Πρωτογενής Τομέας

Ο πρωτογενής τομέας και ιδιαίτερα η γεωργία αξίζει να τονιστεί ότι είναι πολύ αναπτυγμένη στο Νομό της Άρτας. Αρχικά, οι απασχολούμενοι στον πρωτογενή τομέα αντιστοιχούν στο 40,2% του συνολικού πληθυσμού στο Νομό. Όσο αφορά, την

ανάπτυξη της κτηνοτροφίας από το 1997 και μετά παρατηρείται μια έντονη συρρίκνωση, λόγω της εγκατάλειψης των ορεινών περιοχών του Νομού. Σήμερα, η κτηνοτροφία περιορίζεται στα χωριά των Τζουμέρκων, όμως είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη στο Νομό Ιωαννίνων και όχι στο Νομό Άρτας. Η κτηνοτροφία βασίζεται κυρίως στα αιγοπρόβατα, ενώ υπάρχει ένας μικρός αριθμός από βοοειδή και πουλερικά.

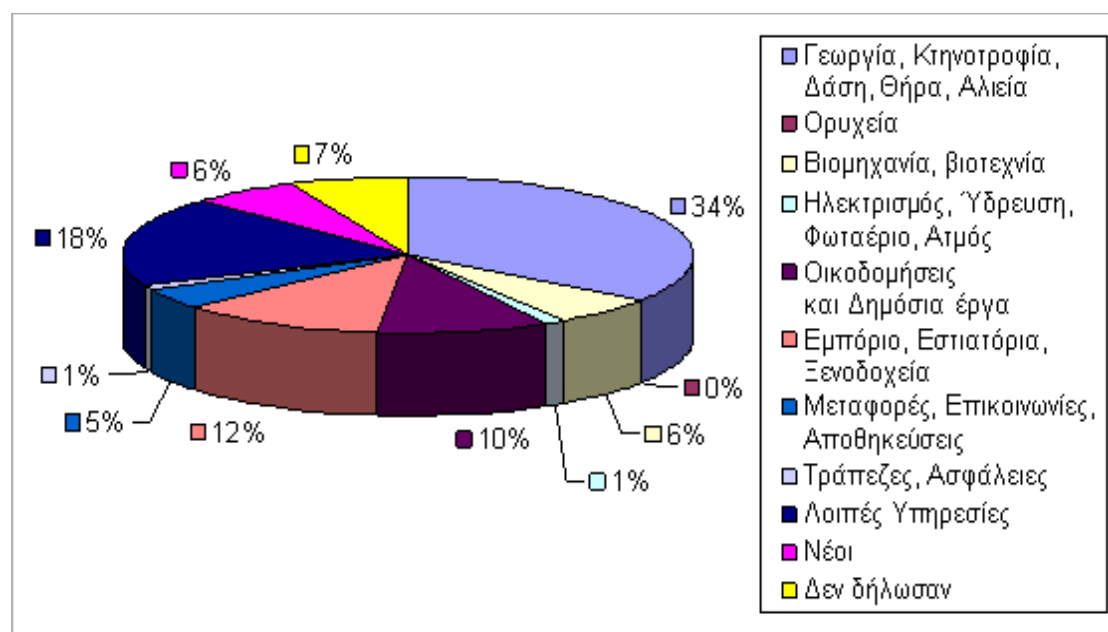
Ειδικότερα, για τη γεωργία σε ολόκληρο το Νομό Άρτας εντοπίζεται καλλιέργεια εσπεριδοειδών και σύμφωνα, με στατιστικά στοιχεία των διευθύνσεων Αγροτικής Οικονομίας και Κτηνιατρικής, το 2010 οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις εσπεριδοειδών αντιστοιχούσαν σε περίπου 55.000 στέμματα και η συνολική παραγωγή έφτασε τους 190.000 τόνους. Η καλλιέργεια εσπεριδοειδών εντοπίζεται κυρίως στο Δήμο Αρταίων και στο Δήμο Νικολάου Σκουφά. Τα τελευταία χρόνια, έχει ξεκινήσει στην περιοχή η βιολογική καλλιέργεια εσπεριδοειδών.

Οι κυριότερες ποικιλίες πορτοκαλιών που καλλιεργούν οι αγρότες στον Νομό της Άρτας είναι οι εξής: Navelina, W. Navel, Κοινά και Salustiana, ενώ οι δύο ποικιλίες μανταρινιών είναι η Reticulata και η ποικιλία Nova. Συνεχίζοντας, στον Νομό παρουσιάζεται και μικρή παραγωγή λεμονιών της ποικιλίας Eureka. Εντός των ορίων της Περιφερειακής Ενότητας της Άρτας δραστηριοποιούνται αρκετά συσκευαστήρια εσπεριδοειδών και η εξαγωγική δραστηριότητα πραγματοποιείται προς τις παρακάτω χώρες: Φινλανδία, Π.Γ.Δ.Μ., Αλβανία, Βουλγαρία, Πολωνία, Τσεχία, Σερβία, Ουκρανία, Βοσνία, Σλοβακία, Σουηδία, Ουγγαρία, Μολδαβία, Καναδάς, Δανία, Μαυροβούνιο και Λευκορωσία. Με βάση τα στοιχεία του 2010, οι εξαγωγές πορτοκαλιών αντιστοιχούσαν σε περίπου 25.000 τόνους μαζί με περίπου 8.300 τόνους μανταρινιών (Δήμοι Νομού Άρτας, 2016).

Ακόμα, για τον Νομό της Άρτας εξίσου σημαντική είναι η καλλιέργεια του ακτινιδίου που είναι μια σχετικά νέα καλλιέργεια στην περιοχή της Άρτας. Καλύπτει συνολική έκταση περίπου 8.900 στρέμματα, με παραγωγή που φθάνει τους 25.000 τόνους και η ποικιλία που καλλιεργούν οι αγρότες της περιοχής είναι η Hayward. Από τα συσκευαστήρια ολόκληρου του Νομού της Άρτας τα ακτινίδια εξάγονται προς τις παρακάτω χώρες Π.Γ.Δ.Μ., Αλβανία, Βουλγαρία, Πολωνία, Τσεχία, Σερβία,

Ουκρανία, Αίγυπτος, Λίβανος, Ουγγαρία, Ιορδανία και Ρωσία, έτσι οι συνολικές εξαγωγές αντιστοιχούν σε 4.550 τόνους.

Πίνακας 5: Επαγγελματική Κατανομή Πληθυσμού στο Νομό της Άρτας το 1991.



Πηγή Περιφερειακή Ενότητα Άρτας

Επιπλέον, αξίζει να τονιστεί πως ιδιαίτερα δημοφιλής στην περιοχή της Άρτας είναι η ελαιοκαλλιέργεια, που κατέχει σημαντική θέση στην γεωργική δραστηριότητα του Νομού. Σήμερα, καλλιεργούνται σχεδόν 1.250.000 δέντρα βρώσιμης ποικιλίας ελιάς. Η Λιανολιά, όμως είναι η κυρίαρχη ποικιλία για την παραγωγή ελαιόλαδου. Καλλιεργούνται 51.900 στρέμματα για την παραγωγή βρώσιμης ελιάς σε ολόκληρο το Νομό. Οι περιοχές καλλιέργειας βρίσκονται στη λοφώδη περιοχή της Άρτας (Παντάνασσα, Αμμότοπος, Γραμμενίτσα, Γρίμποβο, Βλαχέρνα, Πέτα, Μεγάρχη, Φωτεινό, Σελάδες και Δημαριό) και συνολικά καλύπτει το 70% των ελαιώνων. Το 15% βρίσκεται κοντά στις εκβολές του Αράχθου (Νεοχώρι, Κομμένο, Λουτρότοπος, Συκιές, Περάνθη), ενώ το υπόλοιπο 15% βρίσκεται στο ορεινό τμήμα του Νομού Άρτας. Η ελιά της Άρτας εμπορεύεται σαν πράσινη, ξανθή αλλά και σαν μαύρη και έχει αναγνωρισθεί ως προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης (Π.Γ.Ε.) από το 1994.

Παράλληλα, στο Νομό της Άρτας καλλιεργούνται Κτηνοτροφικά Φυτά. Η επικρατέστερη καλλιέργεια των αρδευόμενων εκτάσεων αποτελείται από τα

κτηνοτροφικά φυτά. Τα κυριότερα είδη που καλλιεργούνται είναι το καλαμπόκι για καρπό και η μηδική (τριφύλλι) για σανό. Οι καλλιέργειες κτηνοτροφικών φυτών έχουν υψηλές απαιτήσεις σε νερό άρδευσης που κατά κανόνα γίνεται με συστήματα τεχνητής βροχής υπό πίεση. Το 2010, οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις αντιστοιχούσαν σε 12.500 στρέμματα καλαμποκιού, 42.997 στρέμματα μηδικής και 25.591 στρέμματα λοιπών φυτών, ενώ η συνολική παραγωγή όλων των κτηνοτροφικών φυτών έφθασε τους 83.000 τόνους.

Επιπρόσθετα, για το Νομό Άρτας σημαντικό κομμάτι στον πρωτογενή τομέα αποτελεί η αλιεία. Οι αλιευτικές δραστηριότητες έχουν ως επίκεντρο τον Αμβρακικό Κόλπο όπου, εκεί η αλιεία γίνεται με χρήση απλών διχτύων, παραγάδια, ιχθυοπαγίδες, συρτή, βολκούς και καλαμωτά δίχτυα. Συνολικά, σε ολόκληρο το Νομό της Άρτας εργάζονται 280 σκάφη, τα οποία έχουν ως αφετηρία κατά κύριο λόγο τα λιμάνια της Σαλαώρας, της Κόπραινας και της Κορωνησίας. Τα κυριότερα αλιεύματα είναι το χέλι, η γαρίδα ή γάμπαρη (στην τοπική διάλεκτο), η κουτσομούρα, τα κεφαλοειδή, η σαρδέλα και η σουπιά. Εξίσου, σημαντική και αξιόλογη είναι η παραγωγή αυγοτάραχου.

8.6.2 Δευτερογενής Τομέας

Όσο αφορά, τον δευτερογενή τομέα ο Νομός δεν παρουσιάζει μεγάλες εξάρσεις και η απασχόληση περιορίζεται στις μικρές βιοτεχνικές μονάδες και την οικοδομή - δημόσια έργα, τα οποία σήμερα δεν παρουσιάζουν ραγδαία εξέλιξη. Ο αριθμός των απασχολούμενων στον δευτερογενή τομέα σε ολόκληρο το Νομό της Άρτας ανέρχεται σε ποσοστό 19,1% πολύ χαμηλότερο σε σχέση με το ποσοστό απασχόλησης στον πρωτογενή και στον τριτογενή τομέα.

Ως προς τη βιομηχανία - βιοτεχνία πρέπει να επισημανθεί ότι οι βιομηχανίες και οι βιοτεχνίες είναι διάσπαρτες, λόγω έλλειψης στην περιοχή ύπαρξης βιομηχανικής περιοχής. Έτσι, παρατηρείτε το γεγονός ότι δεν επιτρέπεται μια οργανωμένη βιομηχανική ανάπτυξη σε σύγχρονες βάσεις. Στον Δήμο Αρταίων υπάρχει η μεγαλύτερη λειτουργούσα βιομηχανία και είναι το εργοστάσιο της Ι.Ο.Ν. (γκοφρετοβιομηχανία). Οι υπόλοιπες μονάδες θεωρούνται μικρής κλίμακας και οι εγκαταστάσεις της περιοχής παρουσιάζονται παρακάτω:

- Βιομηχανία τροφίμων, ποτών και καπνοβιομηχανία: 30 μονάδες
- Παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών υλικών και προϊόντων: 6 μονάδες
- Κατασκευή προϊόντων από ελαστικών (καουτσούκ) και πλαστικές ύλες: 5 μονάδες
- Παραγωγή βασικών μετάλλων και κατασκευή μεταλλικών προϊόντων: 25 μονάδες
- Συνεργεία αυτοκινήτων: 20 μονάδες
- Παραγωγή έτοιμου σκυροδέματος και τσιμεντόλιθων: 8 μονάδες
- Διάφορες: 68 μονάδες

Πίνακας 6: Η Κατανομή ανά Κλάδο Οικονομικής Δραστηριότητας - σύμφωνα με την Απογραφή του 2001 - για τον Νομό Άρτας σε σύγκριση με την Ήπειρο και το σύνολο της χώρας μας.

	Σύνολο Οικονομικά Ενεργοί	Σύνολο Απασχολούμενοι	Απασχολ. Πρωτογενή Τομέα	Απασχολ. Δευτερογενή Τομέα	Απασχολ. Τριτογενή Τομέα	Δεν Δήλωσαν Κλάδο Οικονομικής Δραστηριότητας
Σύνολο Ελλάδος	4.615.470	4.102.091	591.66	892.18	2.401.831	216.402
Ήπειρος	130.494	114.425	25.348	22.580	60.999	5.498
Νομός Άρτας	27.357	24.164	7.809	4.437	10.816	1.102
Δήμος Αρταίων	17.365	15.434	3.876	3.000	7.945	613
Δήμος Νικολάου Σκουφά	5.849	5.174	2.514	643	1.828	189
Δήμος Γεωργίου Καραϊσκάκη	2.213	1.916	1.014	336	513	53
Δήμος Κεντρικών Τζουμέρκων	1.930	1.640	405	458	530	247

Πηγή ΕΛ. ΣΤΑΤ.

Στα παραπάνω συμπεριλαμβάνονται οι τρεις πτηνοτροφικές επιχειρήσεις που παρουσιάζουν μεγάλη εξαγωγική δραστηριότητα καθώς όλες τους έχουν αποκτήσει, λόγω των εξαιρετών προϊόντων τους ένα πολύ μεγάλο όνομα. Παράλληλα, υπάρχουν 4 γαλακτοβιομηχανίες και πάρα πολλά μικρά τοπικά τυροκομεία σε όλη την έκταση

του Νομού. Σημαντική είναι η ύπαρξη αρκετών ιχθυοτροφείων, ενώ το μεγαλύτερο από αυτά βρίσκεται στο Ψαθοτόπι, ένα μικρό χωριό πολύ κοντά στον Αμβρακικό Κόλπο.

Το συγκεκριμένο ιχθυοτροφείο εξειδικεύεται στην εκτροφή χελιού και έχει καταφέρει να παράγει και να διαθέτει τα προϊόντα του στην Ελληνική αλλά και την Ευρωπαϊκή αγορά. Γενικά, ο τομέας της βιοτεχνίας - βιομηχανίας έχει δυνατότητες ανάπτυξης, εάν συνδυαστεί με την τυποποίηση των αγροτικών προϊόντων του Νομού της Άρτας και των αλιευμάτων από την περιοχή του Αμβρακικού. Η οικοδομή επηρεάστηκε από τον πληθυσμό των κατοίκων της περιοχής.

Η αύξηση του πληθυσμού της πόλης είχε σαν αποτέλεσμα την αύξηση της οικονομικής δραστηριότητας για στέγαση εμπορικών επιχειρήσεων και εξεύρεση στέγης κατοικίας. Οι συνέπειες ήταν να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας στην οικοδομή, τόσο στην πόλη της Άρτας, όσο και σε μεγάλα χωριά και οικισμούς του Νομού (Περιφερειακή Ενότητα Νομού Άρτας, 2016).

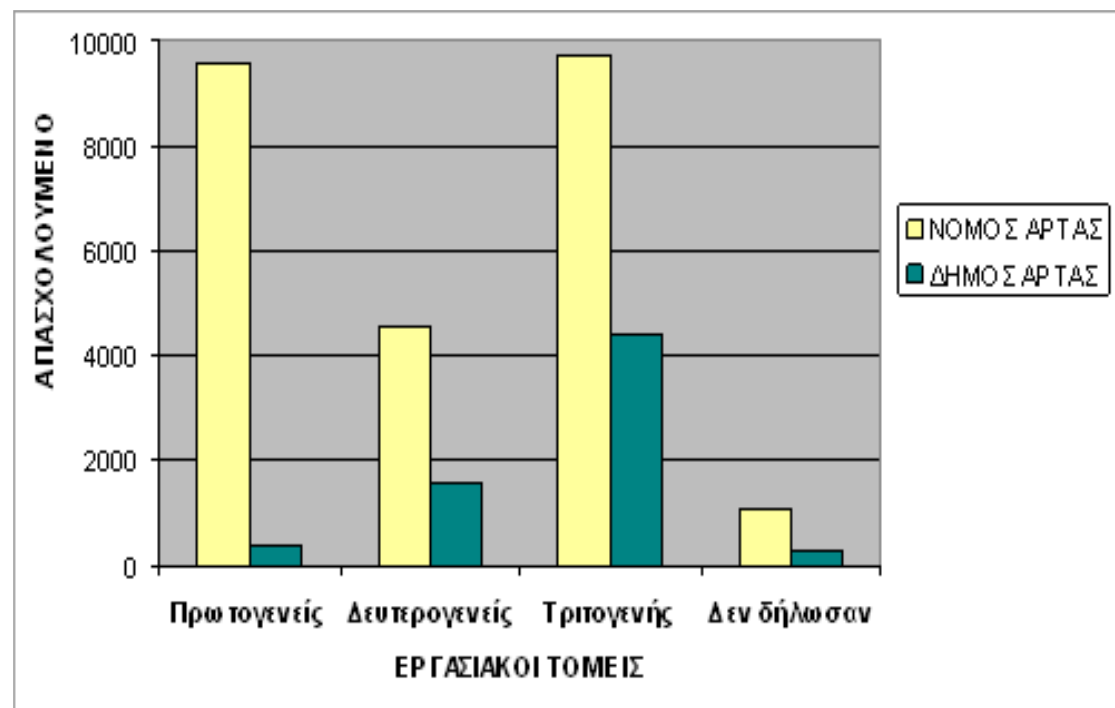
Η οικοδομική δραστηριότητα του Νομού αντιπροσωπεύει περίπου το 15% του συνόλου των εκδοθεισών οικοδομικών αδειών της περιφέρειας και εξ' αυτών το 50% κατασκευάζεται στο Δήμο Αρταίων. Επιπλέον, το 95% των οικοδομικών αδειών κατασκευάζεται στην πόλη της Άρτας και το υπόλοιπο 5% στους οικισμούς.

Όμως, ο Νομός της Άρτας δεν έχει ξεφύγει από την κατάσταση που επικρατεί σήμερα γενικά στην οικονομία και το μέλλον για τις οικοδομές δεν είναι ευόιωνο.

8.6.3 Τριτογενής Τομέας

Ο τριτογενής τομέας είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένος στο Νομό. Η απασχόληση των κατοίκων στον συγκεκριμένο τομέα αναφέρεται στην παροχή υπηρεσιών και τα εμπορικά κέντρα. Στο Νομό της Άρτας ο ρόλος του Δήμου Αρταίων είναι ο σημαντικότερος στον τριτογενή τομέα καθώς είναι το μοναδικό αστικό κέντρο και συγκεντρώνει όλες τις υπηρεσίες στην πόλη της Άρτας.

Πίνακας 7: Απασχολούμενοι ανά Εργασιακό Τομέα στο Νομό Άρτας και στο Δήμο Αρταίων βάσει της απογραφής το 1991.



Πηγή Περιφερειακή Ενότητα Άρτας

Παράλληλα, έχει συμβάλει στην ανάπτυξη του τριτογενή τομέα η ύπαρξη των Τ.Ε.Ι. Ηπείρου, που βρίσκονται στο Νομό Άρτας σε συνδυασμό με τις υπηρεσίες. Πιο συγκεκριμένα, η απασχόληση είναι:

- Δημόσιες υπηρεσίες: Στο Δήμο Αρταίων εδρεύουν όλες οι υπηρεσίες εξυπηρέτησης του Νομού.
- Δημοτικές υπηρεσίες που έχουν έδρα την πόλη της Άρτας.
- Τράπεζες - Ασφάλειες
- Μεταφορές - Επικοινωνίες
- Εμπόριο
- Τουρισμός

Στο Δήμο Αρταίων λειτουργούν όλες οι προβλεπόμενες δημόσιες υπηρεσίες εξυπηρέτησης του Νομού και απασχολούν 550 άτομα. Υπάρχουν και οι υπηρεσίες τοπικής αυτοδιοίκησης που απασχολούν 180 άτομα στο Δήμο Αρταίων. Όλες αυτές

οι υπηρεσίες έχουν μεταφερθεί από το κέντρο της Άρτας κατά μήκος της περιφερειακής οδού. Ακόμη, ο τομέας των τραπεζών και ασφαλειών παρουσιάζει σημαντική αύξηση τα τελευταία χρόνια και σε όλη την περιοχή της Άρτας λειτουργούν το σύνολο των τραπεζών, οι οποίες εξυπηρετούν το σύνολο του Νομού και απασχολούν 120 άτομα.

Το εμπόριο, τόσο το χονδρικό, όσο και το λιανικό είναι ανεπτυγμένο στην πόλη της Άρτας με τάσεις αύξησης. Στον κλάδο του εμπορίου απασχολούνται 1.536 επιχειρήσεις εκ των οποίων οι 324 δραστηριοποιούνται στο χονδρικό εμπόριο και οι 1.212 στο λιανικό εμπόριο. Το χονδρικό εμπόριο που είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένο φαίνεται να είναι προσανατολισμένο προς τον πρωτογενή τομέα περισσότερο από τον δευτερογενή. Αναφορικά, με την κατανομή των επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο παρατηρείται μια συγκέντρωση του αριθμού των επιχειρήσεων στη διακίνηση άμεσων και διαρκών καταναλωτικών αγαθών και ιδιαίτερα ότι έχει σχέση με την τροφή, τα οχήματα και την ένδυση.

Με άλλα λόγια, σημαντικός παράγοντας στην ενίσχυση της οικονομίας της Άρτας είναι ο τομέας των επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Υπάρχουν πληθώρα μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που συμβάλλουν στην ενίσχυση της οικονομίας της πόλης, οι πιο σημαντικές κατηγορίες οι οποίες παίζουν πολύτιμο ρόλο στην ανάπτυξη της είναι: τα εμπορικά καταστήματα τα οποία είναι περίπου στα 200, όπως είναι τα μαγαζιά ρουχισμού, υποδημάτων, είδη σπιτιού, οι επιχειρήσεις εστίασης, όπως οι καφετέριες, τα εστιατόρια, οι ταβέρνες που ανέρχονται περίπου στις 150 και διάφορες άλλες υπηρεσίες οι οποίες ανέρχονται σε 300, που βοηθούν όλο το χρόνο την οικονομία της Άρτας.

Τελειώνοντας, πρέπει να αναφερθούμε στον τομέα του τουρισμού, όπου παρατηρούμε ότι δεν είναι αναπτυγμένος στο Νομό της Άρτας. Αξίζει ενδεικτικά να τονίσουμε ότι, μέσα στην πόλη της Άρτας υπάρχουν τρία ξενοδοχεία δυνατότητας 300 κλινών. Επιπρόσθετα, οι περισσότερες ξενοδοχειακές μονάδες καθώς και τα καταλύματα βρίσκονται έξω από την πόλη της Άρτας. Γενικά, ο τουρισμός σήμερα στην πόλη της Άρτας περιορίζεται στα αξιοθέατα της περιοχής, όπως είναι το ξακουστό Γεφύρι της Άρτας και το Κάστρο της Άρτας αλλά και σε όλα τα μνημεία που βρίσκονται στην Άρτα, λόγω της ιστορίας της (Δήμοι Νομού Άρτας, 2016).

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Κεφάλαιο 9^ο: Μεθοδολογία και Σχολιασμός Της Επιτόπιας Έρευνας

9.1 Προηγούμενες Εμπειρικές Μελέτες

Κατά καιρούς έχουν γίνει πολλές έρευνες για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις από διάφορους μελετητές σε όλο τον κόσμο. Αρχικά, οι Becchetti και Trovato (2001) στο άρθρο τους με θέμα «Προσδιοριστικοί Παράγοντες της Μεγέθυνσης για τις Μικρές και τις Μεσαίες Επιχειρήσεις. Ο Ρόλος της Διαθεσιμότητας της Εξωτερικής Χρηματοδότησης.», διερευνούν κυρίως δύο σημαντικά σημεία. Πρώτον, μελετάται κατά πόσο το αρχικό μέγεθος μιας επιχείρησης μπορεί να επηρεάσει το ρυθμό ανάπτυξης αυτής και δεύτερον, διερευνάται η πιθανότητα να είναι ίδιος ο ρυθμός ανάπτυξης κατά τη διάρκεια ενός συγκεκριμένου διαστήματος μεταξύ επιχειρήσεων του ίδιου κλάδου. Επίσης, οι παράγοντες που επηρεάζουν την ανάπτυξη μιας επιχείρησης δεν είναι μόνο η ηλικία και το μέγεθός της αλλά σε αυτό συναινούν κυρίως οικονομικοί και πολιτικοί παράγοντες.

Επιπρόσθετα, το δείγμα της έρευνας αφορά 4.000 ιταλικές επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν από 11 έως 500 υπαλλήλους. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά το διάστημα 1989 - 1997. Γενικά, η έρευνα καταλήγει στο συμπέρασμα ότι το μέγεθος και η ηλικία δεν αποτελούν μόνο καθοριστικούς παράγοντες της ανάπτυξης, αλλά και ότι οι δημοσιονομικοί περιορισμοί και η πρόσβαση σε ξένες αγορές έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επιπλέον, υπογραμμίζεται ότι οι μικρές επιχειρήσεις που καταφέρουν να επιβιώσουν συγκεντρώνουν υψηλότερο ποσοστό ανάπτυξης από το μέσο όρο. Παράλληλα, το άριστο σημείο ανάπτυξης μιας επιχείρησης περιορίζεται από τη διαθεσιμότητα της εξωτερικής πρόσβασης και τη μη προσβασιμότητα σε ξένες αγορές. Τελειώνοντας, οι τράπεζες αποτελούν το επίκεντρο της οικονομικής δομής στην Ιταλία και αυτό δημιουργεί περιορισμούς στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Οι Shirokova et al (2013), στο άρθρο τους «Απόδοση των Ρωσικών Επιχειρήσεων. Εξερεύνηση, Εκμετάλλευση και Στρατηγική Επιχειρηματικότητα.»

εξέτασαν την ικανότητα των ρώσικων επιχειρήσεων για την ανάπτυξη της στρατηγικής επιχειρηματικότητας γενικότερα ως πηγή αειφόρου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε ένα εχθρικό και ταραχώδη επιχειρηματικό περιβάλλον. Η παρούσα έρευνα είχε ως στόχο να προτείνει ένα μοντέλο της στρατηγικής επιχειρηματικότητας, έννοια η οποία είναι σχετικά νέα στον τομέα της επιχειρηματικότητας, παραθέτοντας δύο συγκεκριμένες συνιστώσες: την εξερεύνηση και την εκμετάλλευση. Το μοντέλο αυτό εφαρμόστηκε σε 500 ρωσικές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, όπως τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών, ξενοδοχεία, εστιατόρια, καφετέριες και χονδρική / λιανική πώληση, οι οποίες δείχνουν την επίδραση των στοιχείων αυτών στην απόδοση της επιχείρησης.

Πιο συγκεκριμένα, αποσκοπεί στην απάντηση ενός από τα πιο θεμελιώδη ερωτήματα που αντιμετωπίζουν οι διεθνείς επιχειρήσεις, το οποίο είναι "Τι καθορίζει την επιτυχία και την αποτυχία των επιχειρήσεων σε όλο τον κόσμο;". Βέβαια, τα στοιχεία της συγκεκριμένης μελέτης έδειξαν ότι οι ρωσικές εταιρείες παρουσιάζουν μια θετική επίδραση της εξερεύνησης και της εκμετάλλευσης όσο αφορά την απόδοση της επιχείρησης. Ακόμη, η επίδραση των συγκεκριμένων στοιχείων της εξερεύνησης και της εκμετάλλευσης αναλύθηκαν και αξίζει να αναφερθεί ότι οι σημαντικοί παράγοντες που συνιστούν τη στρατηγική επιχειρηματικότητα και έχουν μια θετική σχέση με την απόδοση της επιχείρησης ήταν οι επιχειρηματικές αξίες, οι επενδύσεις σε εσωτερικούς πόρους, η διαχείριση της γνώσης και οι αναπτυξιακές αλλαγές. Σε αυτό το σημείο αξιολογείται ότι, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις διαδραματίζουν ένα σημαντικό αλλά και στρατηγικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Εξαιτίας του γεγονότος ότι, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη Ρωσία συχνά δεν διαθέτουν επαρκείς πόρους, περιορίζοντας τις ευκαιρίες τους για ανάπτυξη, πρέπει να βρίσκουν συνεχώς νέους τρόπους για την επιχειρηματική δραστηριότητα, προκειμένου να είναι επιτυχής και να ανταγωνίζονται σε εθνικό και παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον. Μάλιστα, τα αποτελέσματα μας δείχνουν ότι σε αναδυόμενες αγορές, όπως στη Ρωσία, η επιτυχία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εξαρτάται από την ικανότητα να αναπτύξουν στρατηγικές επιχειρηματικότητας που αποτελούνται από συγκεκριμένες δραστηριότητες εξερεύνησης και εκμετάλλευσης. Συμπερασματικά, με την αύξηση του επιπέδου συμμετοχής των ρωσικών

επιχειρήσεων σε διεθνείς επιχειρήσεις και τον ανταγωνισμό στην παγκόσμια αγορά, η στρατηγική επιχειρηματικότητα αποτελεί ταυτόχρονα ένα κίνητρο και ένα εργαλείο για τη διεθνοποίηση που θα μπορούσε να βοηθήσει, ώστε να δημιουργηθεί ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Η Fiona Tilley (1999), στο άρθρο της με θέμα «Μικρή - Εταιρεία Περιβαλλοντικής Στρατηγικής. Η εμπειρία του Ηνωμένου Βασιλείου.» αναλύει γενικά τις περιβαλλοντικές στρατηγικές των μικρών επιχειρήσεων αξιολογώντας τις περιβαλλοντικές πρακτικές τους και τη συμπεριφορά τους. Πιο συγκεκριμένα, η περιβαλλοντική στρατηγική είναι ένα σχέδιο που έχει επιλέξει μια μικρή επιχείρηση για να ορίσει μια πορεία δράσης όσο αφορά τις περιβαλλοντικές πιέσεις και τη σχέση της με το φυσικό περιβάλλον. Ξεκινώντας, παρουσιάζονται διάφορες κατηγορίες περιβαλλοντικών στρατηγικών, και τονίζεται ειδικά η προληπτική περιβαλλοντική στρατηγική που αφορά μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες δεν κατάφεραν να πετύχουν ένα άριστο επίπεδο της περιβαλλοντικής εξειδίκευσης, πράγμα αναγκαίο για την εφαρμογή μιας βιώσιμης - οικολογικής στρατηγικής.

Επιπλέον, σημειώνεται το γεγονός ότι οι έννοιες του οικολογικού εκσυγχρονισμού και της βιομηχανικής οικολογίας παρουσιάζονται ως δείκτες για τις μικρές επιχειρήσεις που επιθυμούν να ενσωματώσουν ολιστικά το περιβάλλον στις δραστηριότητές τους, με σκοπό τη βιωσιμότητα. Από την έρευνα αυτή διαπιστώθηκε ότι, από τις 60 μικρές επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν, καμία δεν είχε υιοθετήσει μια συγκεκριμένη βιώσιμη - οικολογική στρατηγική, παρόλο που επιθυμούσαν να γίνουν πιο περιβαλλοντικά υπεύθυνες. Ωστόσο, αυτό δεν ήταν εφικτό επί του παρόντος, διότι δεν πληρούσαν τις προϋποθέσεις για την πλήρη ενσωμάτωση του περιβάλλοντος στις επιχειρηματικές τους πρακτικές, αφού ταυτόχρονα είχαν και ως στόχο την οικονομική τους επιβίωση. Τέλος, η συγγραφέας ισχυρίζεται ότι η βιωσιμότητα των μικρών επιχειρήσεων επηρεάζεται άμεσα από το κοινωνικό περιβάλλον, στο οποίο βρίσκεται η κάθε μια επιχείρηση.

Παράλληλα, οι Fernandez και Nieto (2005) στο άρθρο τους με θέμα «Στρατηγική Διεθνοποίησης των Μικρών και Μεσαίου - Μεγέθους Οικογενειακών Επιχειρήσεων. Μερικοί παράγοντες που Επηρεάζουν.» μελετούν ορισμένες πτυχές της στρατηγικής διεθνοποίησης όσο αφορά τις οικογενειακές μικρομεσαίες

επιχειρήσεις. Γενικά, ας επισημανθεί ότι στην αρχή εξετάστηκαν τα διάφορα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οικογενειακές μικρομεσαίες επιχειρήσεις όσο αφορά τη διεθνοποίηση, όπως είναι η έλλειψη πόρων. Κύριος σκοπός αυτού του άρθρου είναι να εξακριβώσει ότι, οι οικογενειακές επιχειρήσεις δεν επιλέγουν συχνά τη διεθνοποίηση και αυτό επιβεβαιώνεται από την αρνητική σχέση που επικρατεί μεταξύ τους, διαμέσου των εξαγωγικών δραστηριοτήτων, προτείνοντας όμως ταυτόχρονα κάποιες εναλλακτικές λύσεις για να αυξήσουν οι οικογενειακές επιχειρήσεις τη συμμετοχή τους στις διεθνείς αγορές.

Βέβαια, αυτό οφείλεται στη δυσκολία που αντιμετωπίζουν σήμερα οι οικογενειακές μικρομεσαίες επιχειρήσεις όσο αφορά την πρόσβασή τους στους διαθέσιμους πόρους και στις απαραίτητες ικανότητες για ανταγωνιστικό περιβάλλον σε διεθνές επίπεδο. Στη συνέχεια, παρουσιάζονται δύο δυνατότητες για την εξάλειψη αυτού του προβλήματος. Πρώτον, η δημιουργία των πόρων με τη βοήθεια των νέων γενιών της οικογένειας που καταλαμβάνουν διευθυντικές θέσεις και δεύτερον, η λήψη πόρων από άλλες επιχειρήσεις. Ειδικότερα, όσο αφορά τη πρώτη δυνατότητα, τα ευρήματα έδειξαν ότι υπάρχει μεγαλύτερη πιθανότητα διεθνούς διαστολής της αγοράς όταν οι επερχόμενες γενιές κατέχουν διευθυντικές θέσεις καθώς ταυτόχρονα υπάρχουν ορισμένες συνέπειες για τους ιδιοκτήτες και τους διαχειριστές των οικογενειακών επιχειρήσεων.

Επίσης, η δεύτερη δυνατότητα αναφέρεται στην απόκτηση των απαραίτητων πόρων από άλλες επιχειρήσεις μέσω σταθερών σχέσεων, λαμβάνοντας τη μορφή συμμαχιών ή συμμετοχών. Με τον τρόπο αυτό, επιβεβαιώνεται ότι οι οικογενειακές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχοντας μέτοχο μια άλλη εταιρεία συμμετέχουν περισσότερο στις διεθνείς αγορές, διότι είναι σε καλύτερη θέση να αναπτύξουν τους δικούς τους πόρους και παράλληλα να αποκτήσουν γνώση σχετικά με τις ξένες αγορές, μειώνοντας έτσι την αβεβαιότητα της διαδικασίας. Γενικότερα, από την έρευνα προκύπτει ότι η καλύτερη μέθοδος για διεθνοποίηση των μικρομεσαίων οικογενειακών επιχειρήσεων είναι η λήψη πόρων από άλλες επιχειρήσεις, βοηθώντας την επιχείρηση να έχει μια πιο επαγγελματική διαχείριση, η οποία με τη σειρά της θα τη βοηθήσει να εξασφαλίσει το μέλλον της. Τελειώνοντας, αξίζει να σημειωθεί ότι μια μικρομεσαία επιχείρηση λαμβάνοντας μέρος σε εταιρικά δίκτυα μπορεί να συμβάλει στη βελτίωση της εθνικής και της διεθνούς ανταγωνιστικότητας.

Οι Wang et al (2013), στο άρθρο με θέμα έρευνας την «Ανάπτυξη Πράσινων Προτύπων Management για τα Εστιατόρια. Μια Εφαρμογή του Management της Πράσινης Εφοδιαστικής Αλυσίδας.» τονίζουν ότι οι επιχειρήσεις φιλοξενίας επηρεάζουν τη βιωσιμότητα στο φυσικό τους περιβάλλοντος, καταναλώνοντας σημαντικές ποσότητες φυσικών πόρων. Επιπλέον, η έρευνα σχετικά με την εφαρμογή πράσινης διαχείρισης της εφοδιαστικής αλυσίδας (GrSCM), με τη διαδικασία της παραγωγής τροφίμων για την κατασκευή πράσινων δεικτών διαχείρισης για τα εστιατόρια είναι ανύπαρκτη. Για το λόγο αυτό, σκοπός της μελέτης αυτής είναι να καθορίσει ένα πράσινο πρότυπο διαχείρισης με βάση τον παραπάνω τρόπο (GrSCM), προκειμένου να διαπιστωθεί αν τα πράσινα εστιατόρια μπορούν να εφαρμόσουν αυτή την πολιτική.

Αρχικά, αναφέρεται το γεγονός ότι στην έρευνα αυτή κλήθηκαν να συμμετάσχουν 23 εμπειρογνώμονες, τόσο από την κυβέρνηση και τη βιομηχανία, όσο και από την ακαδημαϊκή κοινότητα. Στη συνέχεια, αξίζει να σημειωθεί ότι αυτή η έρευνα συνδυάζει τη διαχείριση του παραπάνω τρόπου (GrSCM) σε σχέση με το φαγητό και το ποτό, έτσι ώστε τα εστιατόρια να αναπτύξουν δράσεις φιλικές προς το περιβάλλον. Γενικά, αυτό επιτυγχάνεται κυρίως με τη υιοθέτηση της τεχνικής Delphi. Επιπρόσθετα, αξιοπρόσεκτο είναι το γεγονός ότι τα πράσινα εστιατόρια δεν είναι συνηθισμένα στην Ταιβάν, ως αποτέλεσμα οι καταναλωτές πολλές φορές να τα θεωρούν ως χώρους υποδοχής μόνο για χορτοφάγους. Ακόμα, διαπιστώθηκε ότι τα τελευταία χρόνια τα περιβαλλοντικά ζητήματα ενδιαφέρουν όλο και περισσότερο την κοινωνία.

Με άλλα λόγια, το γεγονός αυτό συνεπάγεται την άμεση βοήθεια των πράσινων εστιατορίων στην οικοδόμηση μιας βιώσιμης βιομηχανίας που γενικότερα θα μειώνει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις. Επιπλέον, από την έρευνα αποδεικνύεται ξεκάθαρα ότι οι πράσινοι δείκτες είναι κατάλληλοι όσο αφορά τη μείωση των επιβλαβών επιπτώσεων στο περιβάλλον μέσω της καθαρότερης παραγωγής με φιλικές μεθόδους προς το περιβάλλον, τις οικολογικές υπηρεσίες, την εξοικονόμηση ενέργειας και την πράσινη διαχείριση. Τα ευρήματα του συγκεκριμένου άρθρου δείχνουν παράλληλα ότι το κόστος ανάπτυξης των πράσινων συστημάτων διαχείρισης αποτελεί εμπόδιο για τη συμμετοχή των επιχειρηματιών. Ταυτόχρονα, οι ιδιοκτήτες των εστιατορίων θεωρούν ότι οι φιλικές προς το περιβάλλον πολιτικές δεν είναι επαρκώς υγιεινές με

αποτέλεσμα να μην είναι εύκολη η πλήρης εφαρμογή των πράσινων πολιτικών. Τέλος, από τη μελέτη αυτή προκύπτει ότι είναι καθοριστική η εφαρμογή του μέτρου (GrSCM), για το σχεδιασμό ενός πράσινου προτύπου διαχείρισης για τα εστιατόρια.

Ωστόσο, οι Wiklund και Shepherd (2003) στο άρθρο τους με θέμα « Γνώση - Βάσει Πόρων, Επιχειρηματικό Προσανατολισμό και η Απόδοση των Μικρών και Μεσαίων - Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.» αναφέρουν το γεγονός ότι, ενώ η θεωρία προτείνει ότι η διοίκηση έχει διακριτική ευχέρεια στο χειρισμό των πόρων, ώστε να δημιουργηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μεταξύ των επιχειρήσεων, η έρευνα επικεντρώνεται στα χαρακτηριστικά των πόρων. Έτσι, δίνεται λιγότερη προσοχή στη σχέση μεταξύ των πόρων και τον τρόπο οργάνωσης των επιχειρήσεων. Επιπρόσθετα, στην επεξήγηση των επιδόσεων αυτών, μελετητές της επιχειρηματικότητας έχουν επικεντρωθεί στον επιχειρηματικό στρατηγικό προσανατολισμό της επιχείρησης, αφήνοντας γενικά τις διασυνδέσεις της με τα εσωτερικά χαρακτηριστικά στην άκρη.

Πρώτον, υποστηρίζουν ότι ο επιχειρηματικός προσανατολισμός περιλαμβάνει τον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση είναι οργανωμένη. Στη συνέχεια, διαπιστώνεται ότι από τη σχέση που υπάρχει μεταξύ των πόρων των επιχειρήσεων και την απόδοσή τους είναι αναγκαίο να ληφθεί υπόψη και η οργάνωση τους. Επιπλέον, ισχυρίζονται ότι ο στρατηγικός προσανατολισμός της επιχείρησης παρέχει ένα λειτουργικό κατασκεύασμα που επιτρέπει τη μεγαλύτερη εξερεύνηση του τρόπου με τον οποίο μια επιχείρηση είναι οργανωμένη μέσα από την εκμετάλλευση των ευκαιριών. Γενικά, αξίζει να τονιστεί ότι υπάρχει μια ενδεχόμενη σχέση μεταξύ της ισότητας των ευκαιριών και των χαρακτηριστικών στο εσωτερικό της επιχείρησης. Τελικά, τα αποτελέσματα υποδηλώνουν ότι οι γνωστικοί πόροι, ισχύει για την εκμετάλλευση των ευκαιριών, σχετίζονται θετικά με την απόδοση της επιχείρησης καθώς και ότι ταυτόχρονα ενισχύεται αυτή η σχέση μέσα από την ισότητα των ευκαιριών.

Επιπρόσθετα, η Διαμαντοπούλου (2010) στο άρθρο με θέμα «Κίνητρα και Εμπόδια για την Εφαρμογή Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (Σ.Π.Δ.) στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.», έχει σκοπό να διερευνήσει και να διατυπώσει, τόσο τα σημαντικότερα κίνητρα, όσο και τα εμπόδια που συναντούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να υιοθετήσουν ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης για τη βελτίωση της περιβαλλοντικής τους επίδοσης. Ακόμη, μέσα από

την εξέταση των ιδιαιτεροτήτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων γενικά επιχειρείται η εύρεση τρόπων για την αίρεση των εμποδίων και την εύρεση κινήτρων προς μια ευρύτερη αποδοχή των συστημάτων περιβαλλοντικής διαχείρισης για τη βελτίωση της περιβαλλοντικής τους επίδοσης.

Τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα στα οποία καταλήγει αυτή η μελέτη, δείχνουν ότι βασικό κίνητρο για να οδηγηθεί μια μικρομεσαία επιχείρηση στην υιοθέτηση ενός εθελοντικού προγράμματος περιβαλλοντικής διαχείρισης είναι αρχικά η επιθυμία της διοίκησης να βελτιώσει την εικόνα της εταιρείας προβάλλοντας το φιλοπεριβαλλοντικό και κοινωνικό της πρόσωπο (Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη). Αξίζει να τονιστεί βέβαια, η ανάγκη συμμόρφωσης με την περιβαλλοντική νομοθεσία για την αποφυγή του κινδύνου επιβολής χρηματικών και διοικητικών ποινών και προστίμων, η μείωση των λειτουργικών εξόδων της μέσω της ενεργειακής εξοικονόμησης και η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Μάλιστα, ας αναφερθεί ότι οι δυσκολίες που συνήθως αντιμετωπίζουν οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να εφαρμόσουν γενικότερα ένα σύστημα περιβαλλοντικής διαχείρισης οφείλονται στο γεγονός ότι, λόγω του μικρού τους μεγέθους δεν διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους σε χρόνο, χρήμα και ανθρώπινο δυναμικό, έμπειρο και πρόθυμο να ασχοληθεί με αυτά τα ζητήματα. Επίσης, η πίεση που τους ασκείται από την νομοθεσία και τα ενδιαφερόμενα μέρη δεν είναι επαρκής, αφού συχνά η κουλτούρα πολλών εργαζομένων είναι αδιάφορη προς το περιβάλλον και οι ίδιες, οι εταιρείες δεν γνωρίζουν τα πιθανά οφέλη που μπορούν να αποκομίσουν ειδικότερα από την εφαρμογή φιλοπεριβαλλοντικών πρακτικών.

Παράλληλα, επισημαίνεται το γεγονός ότι η ευθύνη για τη διασφάλιση ενός βιώσιμου κόσμου πέφτει σε μεγάλο βαθμό στους ώμους των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που αποτελούν την κινητήρια δύναμη του μέλλοντος. Είναι πλέον σαφές ότι, η εθνική πολιτική καθώς και τα σύγχρονα καταναλωτικά πρότυπα πρέπει πια να κινηθούν περισσότερο προς την κατεύθυνση της αειφορίας. Τελειώνοντας, ο επιχειρηματικός κόσμος μπορεί και πρέπει να "ανοίξει" το δρόμο, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση της περιβαλλοντικής ηθικής και οδηγώντας σε αλλαγή της συμπεριφοράς των καταναλωτών. Σε τελική ανάλυση, ας αναφερθεί ότι γενικότερα

είναι επιχειρηματικά ορθή πρακτική η υιοθέτηση στρατηγικών για την εξασφάλιση βιώσιμης ανάπτυξης.

Από την άλλη μεριά, η Julia Wolf (2012) στο άρθρο με θέμα «Βελτίωση της Αειφόρου Ανάπτυξης των Επιχειρήσεων. Ο Ρόλος των Εργαζομένων.» υλοποιεί μια έρευνα χρησιμοποιώντας στοιχεία από 92 γερμανικές εταιρείες προκειμένου να αποδείξει ότι οι οργανωτικές αλλαγές σε μια επιχείρηση και ειδικά με επίκεντρο τη βιωσιμότητα, μπορούν να βελτιώσουν την απόδοση της. Γενικά, η μελέτη αυτή αφορά το ρόλο και τη συμβολή των εργαζομένων στο να κάνουν τη βιωσιμότητα επιτυχία. Αρχικά, η συγγραφέας ισχυρίζεται ότι η αειφορία είναι μια από τις πιο θεμελιώδεις προκλήσεις, τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για την κοινωνία για τα επόμενα χρόνια. Ωστόσο, ας τονιστεί ότι οι εταιρικές πρωτοβουλίες για τη δημιουργία μιας εικόνας ως «πράσινη» ή «βιώσιμη» οργάνωση έχουν κατηγορηθεί ότι είναι επιφανειακές και συχνά δεν υπερβαίνουν το επίπεδο των απλών δημοσίων σχέσεων.

Βέβαια, τα αποτελέσματα υποδεικνύουν ότι η δυνατότητα ένταξης των εργαζομένων στην αειφορία είναι ένας σημαντικός παράγοντας για την απόδοση της επιχείρησης. Έτσι, προκειμένου η επιχείρηση να αυξήσει τα οικονομικά οφέλη της από την αειφορία, οι ιδιοκτήτες θα πρέπει να εκπαιδεύσουν τους εργαζομένους της επιχείρησης, παρέχοντας τους κατάλληλα εφόδια, έτσι ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις νέες προκλήσεις με στόχο τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Τέλος, διαπιστώνει ότι οι εργαζόμενοι που έχουν προσαρμοστεί στις νέες αυτές απαιτήσεις συμβάλλουν, ώστε η επιχείρηση να παρουσιάσει υψηλότερα επίπεδα παραγωγικής διαδικασίας.

Οι Arun et al (2010), στο άρθρο με θέμα «Βιωσιμότητα και Marketing από Επιχείρηση σε Επιχείρηση. Πλαίσιο και Επιπτώσεις.» υποστηρίζουν ότι οι περιβαλλοντικά υπεύθυνες στρατηγικές μπορούν να συμβάλλουν στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και ταυτόχρονα στην ανώτερη οικονομική απόδοση των επιχειρήσεων. Αρχικά, επισημαίνονται γενικά οι διάφορες συζητήσεις όσο αφορά την οικολογική διατήρηση και τις περιβαλλοντικές πρακτικές του marketing που έχουν ως στόχο την περιβαλλοντική συνείδηση των καταναλωτών. Στη συνέχεια, λιγότερη προσοχή έχει

δοθεί στο ρόλο του marketing σε μια πράσινη αλυσίδα εφοδιασμού και τη διασύνδεσή της με φιλική στο περιβάλλον παραγωγή και πράξεις.

Εξάλλου, το συγκεκριμένο άρθρο αποσκοπεί στην κατανόηση του κατάλληλου ρόλου και στόχου του marketing από επιχείρηση σε επιχείρηση στην αλυσίδα εφοδιασμού για την επίτευξη των περιβαλλοντικών στόχων της αειφορίας. Ακόμα, διαπιστώνεται ότι ο ρόλος του marketing στην περιβαλλοντική αειφορία είναι καθοριστικός για την επίτευξη ειδικότερα του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Επιπλέον, για τις οικονομικές επιδόσεις της επιχείρησης καθώς έχουν εντοπιστεί τρεις στρατηγικές, οι οποίες είναι η μείωση της πλεονάζουσας προσφοράς των προϊόντων, η μείωση της αντίστροφης προσφοράς και της εσωτερικής αγοράς. Οι συγκεκριμένες στρατηγικές συνδέονται άμεσα με την ανακύκλωση δεδομένου ότι βοηθούν τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν ένα βιώσιμο περιβάλλον.

Για παράδειγμα, ωφέλιμο θα ήταν τα απόβλητα μιας εταιρείας να πωλούνται σε κέντρα ανακύκλωσης για χρήση ως πρώτη ύλη και να σχεδιάζονται προϊόντα τέτοια, ώστε να είναι ευκολότερο να ανακυκλωθούν στο τέλος του κύκλου ζωής τους. Επίσης ένας άλλος τρόπος που αφορά την προστασία του περιβάλλοντος είναι να επιτρέπουν οι επιχειρήσεις στους πελάτες τους να αλλάξουν άμεσα ένα μέρος του προϊόντος τους χωρίς την απόρριψη όλου του προϊόντος. Μάλιστα, τα ευρήματα της μελέτης έδειξαν ότι γενικά η ανησυχία του marketing προέρχεται κυρίως από την πλευρά της ζήτησης, όσο αφορά την περιβαλλοντική βιωσιμότητα σε διάφορους κλάδους των επιχειρήσεων, αγνοώντας σημαντικές συνεισφορές που κάνει με την παραγωγή, τη λειτουργία και την αλυσίδα εφοδιασμού.

Ωστόσο, αναμφισβήτητα η λειτουργία του marketing θα συμβάλει στην υποστήριξη της ανακύκλωσης, ώστε να υιοθετήσει η επιχείρηση μια βιώσιμη στρατηγική. Τελικά, επισημαίνεται ότι είναι επιτακτική ανάγκη η συμβολή του marketing, τόσο για τις περιβαλλοντικά βιώσιμες στρατηγικές των επιχειρήσεων, όσο και για τις σχέσεις μεταξύ της βιωσιμότητας και της απόδοσης των επιχειρήσεων, αφού σαν έννοια μπορεί να περιλαμβάνει και άλλες αειφόρες στρατηγικές εκτός της ανακύκλωσης και της ανακατασκευής.

Παράλληλα, ο Shah (2011) στο άρθρο του «Στρατηγικοί Οργανωτικοί Οδηγοί της Εταιρικής Περιβαλλοντικής Ευθύνης στη Βιομηχανία Ξενοδοχείων της

Καραϊβικής.» προσδιορίζει στρατηγικές οργανωτικές οδηγίες της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης στον τομέα των ξενοδοχείων της Καραϊβικής. Μολονότι, γενικά τα ξενοδοχεία αντιμετωπίζουν θεσμικές πιέσεις οι οποίες αμφισβητούν την περιβαλλοντική νομιμότητά τους, ανταγωνιστικές πιέσεις που απαιτούν την εκ νέου τοποθέτηση των αποφάσεων τους στην αγορά και τους περιορισμούς ή αλλιώς πλεονεκτήματα βάσει των πόρων και των δυνατοτήτων τους για τη διαχείριση της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης. Πρόκειται για μια από τις πρώτες μελέτες που χρησιμοποιούν το μέτρο της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης στο πλαίσιο της αιεφόρου ανάπτυξης και της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Αρχικά, η έρευνα δείχνει ότι η ανάγκη για περιβαλλοντική νομιμότητα μεταξύ των ξενοδοχείων είναι μια πολύ σημαντική κινητήρια δύναμη της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης. Δεύτερον, όσο αναφορά την πιεστική αγορά φαίνεται ότι η στρατηγική επιλογή marketing που γίνεται από τα ξενοδοχεία είναι ένας καθοριστικός παράγοντας σχετικά με το πως θα δοθεί προτεραιότητα στην εταιρική περιβαλλοντική ευθύνη. Τρίτον, σημειώνεται ότι οι εσωτερικοί πόροι και οι ικανότητες των ξενοδοχείων παίζουν άμεσο ρόλο, τόσο στην προώθηση της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης, όσο και στην δυνατότητα ενίσχυσης των ξενοδοχείων σχετικά με την υλοποίηση δράσεων για την αντιμετώπιση των θεσμικών πιέσεων.

Τα αποτελέσματα της έρευνας γενικά για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής που ενδιαφέρονται για την αύξηση εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνη του κλάδου δείχνουν τα παρακάτω. Πρώτον, ότι μόνο το 47% των ξενοδοχείων της Καραϊβικής υποστηρίζουν περιβαλλοντικές πολιτικές ενίσχυσης της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης. Με αυτόν τον τρόπο, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να εξετάσουν πιθανούς μηχανισμούς με τους οποίους τα ξενοδοχεία μπορούν να ενθαρρύνουν την εφαρμογή περιβαλλοντικών πολιτικών. Αυτό μπορεί γενικά να περιλαμβάνει για παράδειγμα, τη συνεργασία με τις ενώσεις ξενοδοχείων ή την αύξηση των προσπαθειών μέσω των ρυθμιστικών οργανισμών. Επιπλέον, τα αποτελέσματα δείχνουν ότι μόνο το 7% των ξενοδοχείων κατέχουν πράσινη πιστοποίηση.

Δεύτερον, οι φορείς χάραξης πολιτικής θα πρέπει να σκεφτούν προσεκτικά όσο αφορά τις τοπικές και ξένες επενδύσεις και τον τρόπο διάρθρωσής τους στον

τουριστικό τομέα, έτσι ώστε να δοθεί προτεραιότητα στην εταιρική περιβαλλοντική ευθύνη και ιδιαίτερα στα πολυτελή ξενοδοχεία, τα οποία παρουσιάζουν χαμηλή εφαρμογή της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης. Τρίτον, αξιοπρόσεκτο είναι ότι οι ξένοι ξενοδόχοι εφαρμόζουν περισσότερο την εταιρική περιβαλλοντική ευθύνη σε σχέση με τους ντόπιους. Αυτό μπορεί να σχετίζεται με την ελλειπή ενημέρωση. Επομένως, οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής θα πρέπει να διερευνήσουν τρόπους αύξησης των γνώσεων και των περιβαλλοντικών δράσεων των ξενοδόχων.

Φυσικά, αυτό μπορεί να περιλαμβάνει προγράμματα κατάρτισης, τεχνική βοήθεια από την κυβέρνηση καθώς και διάφορες προσπάθειες μέσω των τοπικών ξενοδοχειακών ενώσεων. Τέταρτον, υποστηρίζεται ότι η εφαρμογή της εταιρικής περιβαλλοντικής ευθύνης είναι σχεδόν αδύνατη, εάν τα ξενοδοχεία θεωρηθούν οικονομικά αναξιοπαθόντα. Συνολικά, τα εμπειρικά στοιχεία δείχνουν ότι η εταιρική περιβαλλοντική ευθύνη βελτιώνεται μόνο όταν τα ξενοδοχεία δηλώνουν τις περιβαλλοντικές πολιτικές τους, έχουν γενικά ως στόχο την οικολογική συνείδηση των τουριστών, ανήκουν σε ξένους ιδιοκτήτες, είναι συνδεδεμένα με πολυεθνικές και έχουν υγιείς οικονομικές επιδόσεις.

9.2 Μεθοδολογία της Έρευνας

Η παρούσα έρευνα διεξήχθη για να εξεταστεί η βιώσιμη ανάπτυξη της πόλης της Άρτας σε σχέση με την υπάρχουσα κατάσταση στον τομέα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια, ποιος είναι γενικότερα ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τη βιώσιμη ανάπτυξη της πόλης. Για να διεξαχθεί η συγκεκριμένη έρευνα, συντάχθηκε ερωτηματολόγιο, το οποίο αποτελούνταν από 32 ερωτήσεις και έλαβε υπόψη τις προηγούμενες εμπειρικές μελέτες.

Το ερωτηματολόγιο, διανεμήθηκε αποκλειστικά σε ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων της πόλης της Άρτας κατά την περίοδο Ιουλίου - Αυγούστου 2015. Μοιράστηκαν 160 ερωτηματολόγια, τα οποία ήταν όλα άρτια συμπληρωμένα και για το λόγο αυτό συμπεριλήφθηκαν όλα στην παρούσα έρευνα. Κατά την παράδοση των ερωτηματολογίων δόθηκαν προφορικά οι απαραίτητες διευκρινήσεις για την σωστή και ολοκληρωμένη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, ενώ οι συμμετέχοντες

διαβεβαιώθηκαν πως το ερωτηματολόγιο είναι ανώνυμο και πως τα στοιχεία που θα προκύψουν είναι απολύτως εμπιστευτικά.

Συγκεκριμένα, το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε δύο μέρη. Το πρώτο μέρος περιείχε ερωτήσεις για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ερωτηθέντων, ενώ το δεύτερο μέρος περιείχε ερωτήσεις για τις απόψεις των ερωτηθέντων σχετικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της πόλης. Γενικά, υπήρχαν ερωτήσεις που ο ερωτώμενος απαντούσε με ναι ή όχι, κάποιες ανοιχτές ερωτήσεις, άλλες που έδινε μία ή περισσότερες απαντήσεις καθώς και μία μόνο ερώτηση που οι επιλογές της βασίστηκαν στην πενταβάθμια κλίμακα Likert.

Αρχικά, στην πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου, που αφορούσε τα δημογραφικά χαρακτηριστικά, εξετάστηκαν μεταβλητές όπως το φύλο, η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο και η οικογενειακή κατάσταση του ερωτώμενου με σκοπό να γίνει η σκιαγράφηση του προφίλ του δείγματος.

Παράλληλα, στη δεύτερη ενότητα του ερωτηματολογίου αντιστοιχούσαν ερωτήσεις που αναφέρονταν στα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης, στα ετήσια έξοδα της επιχείρησης και στο καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα των ιδιοκτητών από την επιχείρηση. Στη συνέχεια, καταγράφηκαν οι απόψεις των ερωτηθέντων σχετικά με ποια κατηγορία ανήκει η επιχείρηση, την ενοικίαση του χώρου της επιχείρησης, το ποσό του ενοικίου όπου στεγάζεται η επιχείρηση και τον αριθμό των υπαλλήλων που απασχολεί η επιχείρηση.

Επιπρόσθετα, αξίζει να τονιστεί ότι περιλαμβάνονταν ερωτήσεις για το βασικό κίνητρο για την έναρξη της επιχείρησης, την μελλοντική απασχόληση επιπλέον προσωπικού και το ποια άτομα απασχολεί. Ωστόσο, επισημαίνονταν σε παρακάτω ερωτήσεις θέματα, όπως αν υπάρχει διοικητική θέση στην επιχείρηση, αν γίνονται συζητήσεις και επαφές για τη μελλοντική της πορεία, αν ταυτίζεται η μόνιμη κατοικία των ερωτώμενων με της έδρα της επιχείρησης και αν υπάρχει γενικά κάποια μορφή προβολής / διαφήμισης της επιχείρησης.

Ακόμη, εξετάζονταν θέματα για το αν οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν marketing επιτυγχάνουν περισσότερες πωλήσεις, αν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι σε θέση να ανταγωνιστούν τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου τους, αν είναι

ικανοποιημένοι οι επιχειρηματίες από το άνοιγμα της επιχείρησής τους, αν θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα καθώς και αν τους αφορά γενικότερα το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος. Επίσης, υπήρχαν ερωτήσεις που αναφέρονταν στην εποχιακή ή μη λειτουργία της επιχείρησης και στην περίοδο που σημειώνονται τα περισσότερα κέρδη της επιχείρησης.

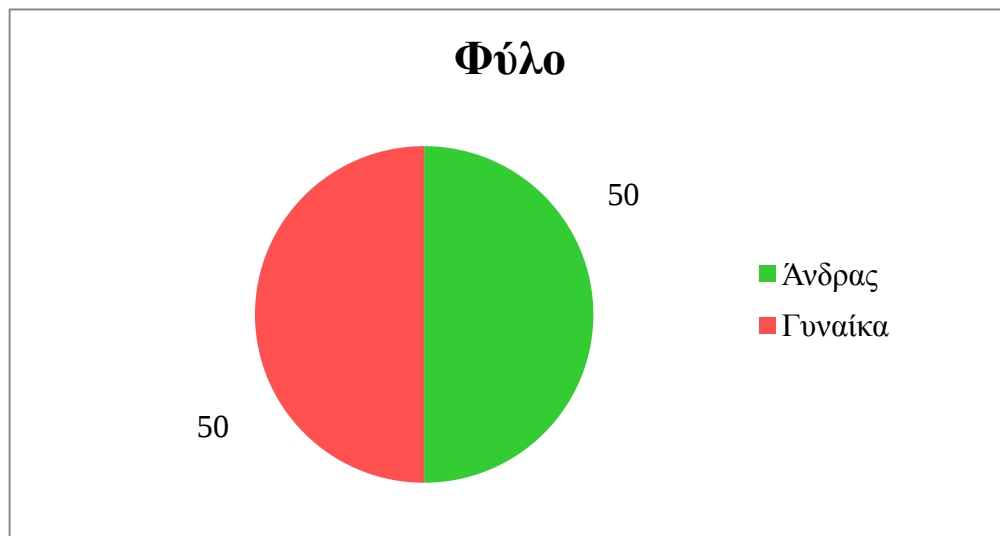
Επιπλέον, δόθηκαν απαντήσεις των ερωτώμενων για το αν η επιχείρηση έχει ενταχθεί σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα, αν θέλουν να ενταχθεί μελλοντικά σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα και ποιο είναι κατά τη γνώμη τους το σοβαρότερο πρόβλημα της επιχείρησής τους. Ακολουθούσαν ερωτήσεις, σχετικά με τον αριθμό των πελατών που εξυπηρετούνται κατά μέσο όρο τη μέρα και την προθυμία των πελατών να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον.

Στη συνέχεια, ας αναφερθεί ότι περιλαμβάνονταν ακόμη ερωτήσεις για τις οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησης που συμβάλλουν ή όχι γενικότερα στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος και τη συμμετοχή των επιχειρηματιών σχετικά με το κόστος δημιουργίας υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. Έπειτα, ακολουθούσαν θέματα σχετικά με τη χρήση οικολογικών καθαριστικών στην επιχείρηση για την προστασία του περιβάλλοντος και με τα προϊόντα που προτιμάει να χρησιμοποιεί η επιχείρηση.

Τέλος, στην τελευταία σελίδα του ερωτηματολογίου αντιστοιχούσαν ερωτήσεις που επισήμαναν τη λήψη ή όχι κάποιου μέτρου για τη διασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος και τις πηγές χρηματοδότησης που χρησιμοποιούσε η επιχείρηση. Καταλήγοντας, οι δύο τελευταίες ερωτήσεις αναφέρονταν, τόσο στον ορισμό της βιώσιμης ανάπτυξης, όσο και στην ενημέρωση σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής.

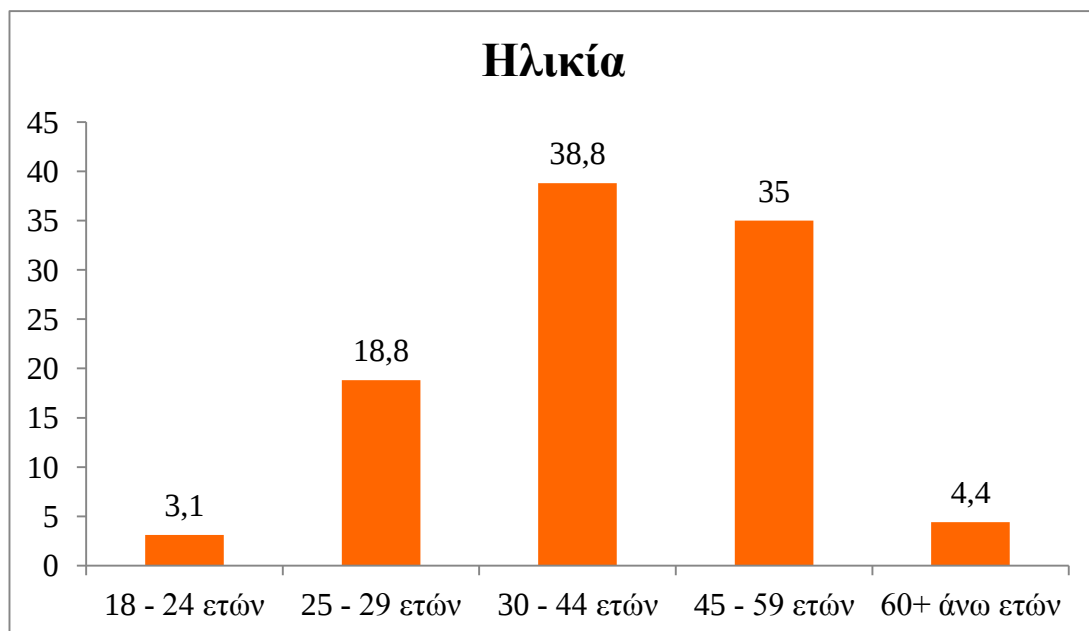
9.3 Το Προφίλ του Δείγματος

Διάγραμμα 1: Φύλο



Από το δείγμα των 160 ερωτηθέντων ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, το 50% είναι γυναίκες και το 50% είναι άνδρες.

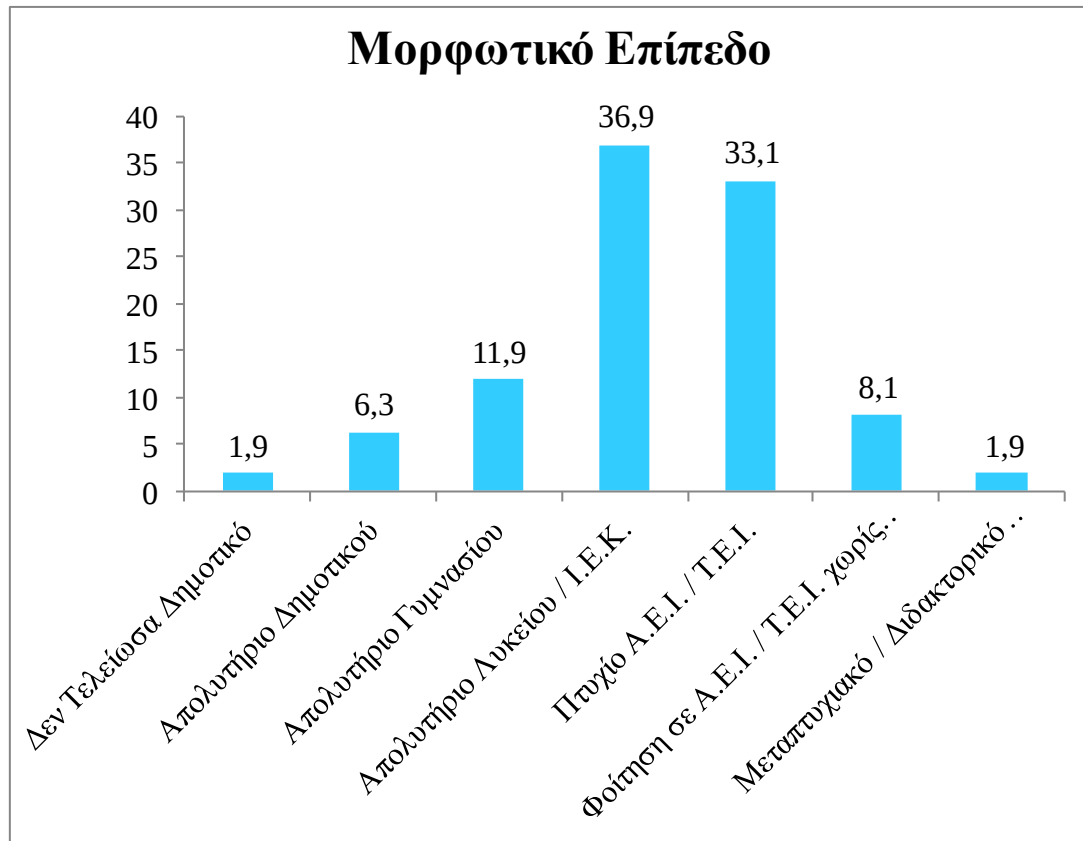
Διάγραμμα 2: Ηλικία



Σύμφωνα με το διάγραμμα 2 παρατηρούμε ότι, το 3,1% των ερωτηθέντων είναι ηλικίας 18 - 24 ετών και το 18,8% είναι ηλικίας 25 - 29 ετών. Ακόμη, το μεγαλύτερο

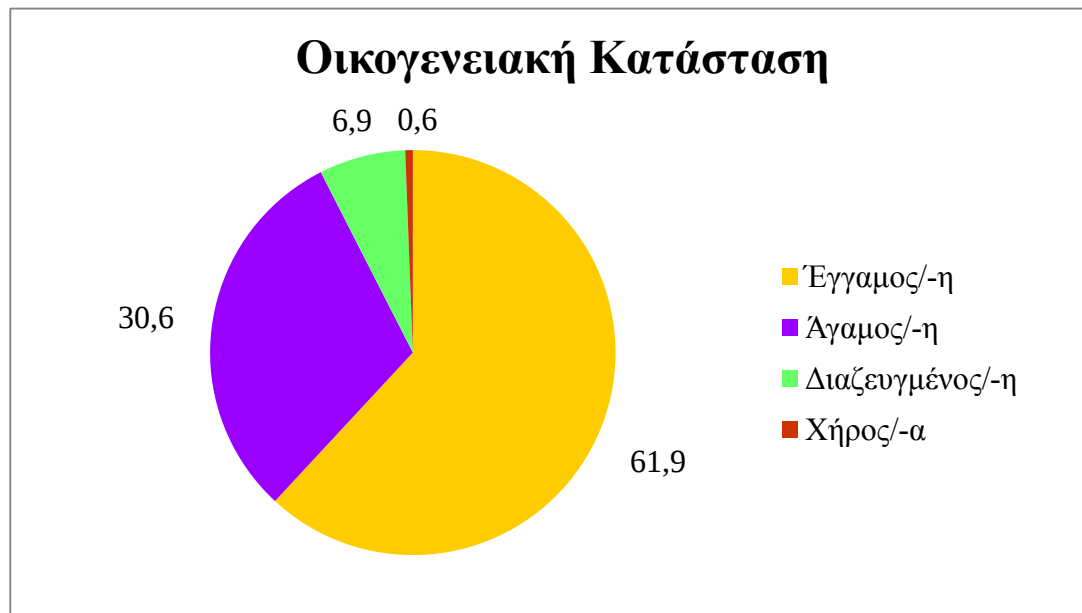
ποσοστό 38,8% ανήκει στην ηλικία 30 - 44 ετών, ενώ ακολουθεί με αρκετά μεγάλο ποσοστό η ηλικία 45 - 59 ετών που αγγίζει το 35% των ερωτηθέντων. Τέλος, μόλις το 4,4% είχε ηλικία 60 ετών και άνω.

Διάγραμμα 3: Μορφωτικό Επίπεδο



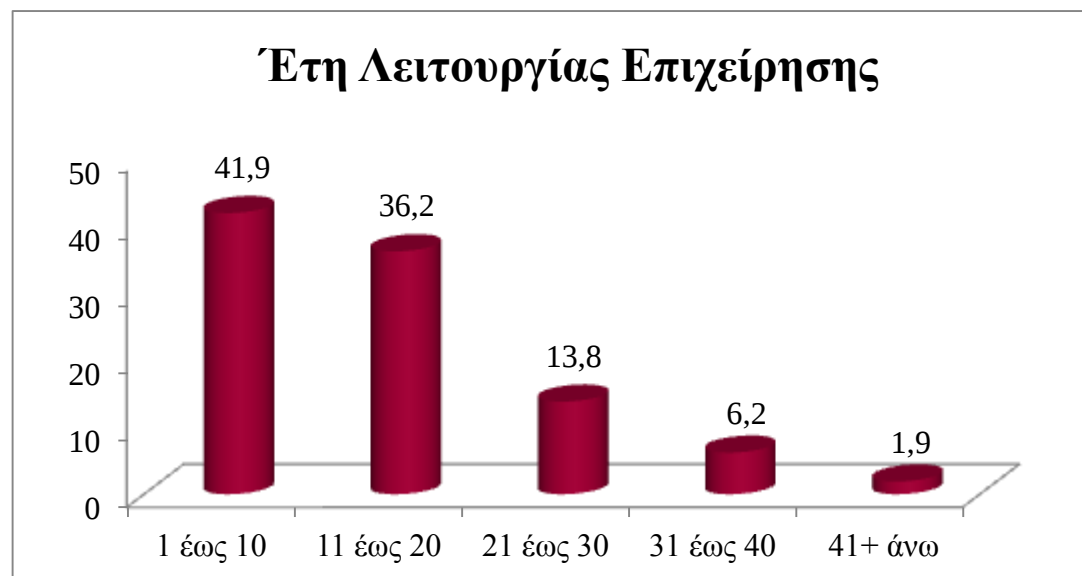
Όσο αφορά το μορφωτικό επίπεδο, όπως φαίνεται στο διάγραμμα 3, το 1,9% δηλώνει ότι δεν τελείωσε το Δημοτικό, το 6,3% έχει απολυτήριο Δημοτικού και το 11,9% έχει απολυτήριο Γυμνασίου. Αντίστοιχα, το 36,9% επισήμανε ότι έχει απολυτήριο Λυκείου ή Ι.Ε.Κ., το 33,1% έχει πτυχίο Α.Ε.Ι. ή Τ.Ε.Ι., το 8,1% έχει φοιτήσει σε Α.Ε.Ι. / Τ.Ε.Ι. χωρίς να έχει πάρει πτυχίο και μόλις το 1,9% έχει πάρει μεταπτυχιακό ή διδακτορικό δίπλωμα. Πιο συγκεκριμένα, το 43,1% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είχε πανεπιστημιακή μόρφωση, ενώ το 36,9% είχε αποφοιτήσει από ένα σχολείο της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης.

Διάγραμμα 4: Οικογενειακή Κατάσταση



Ως προς την οικογενειακή κατάσταση, όπως διακρίνουμε στο διάγραμμα 4, το 61,9% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας είναι παντρεμένοι, το 30,6% είναι ανύπαντροι, ενώ μόνο το 6,9% είναι διαζευγμένοι.

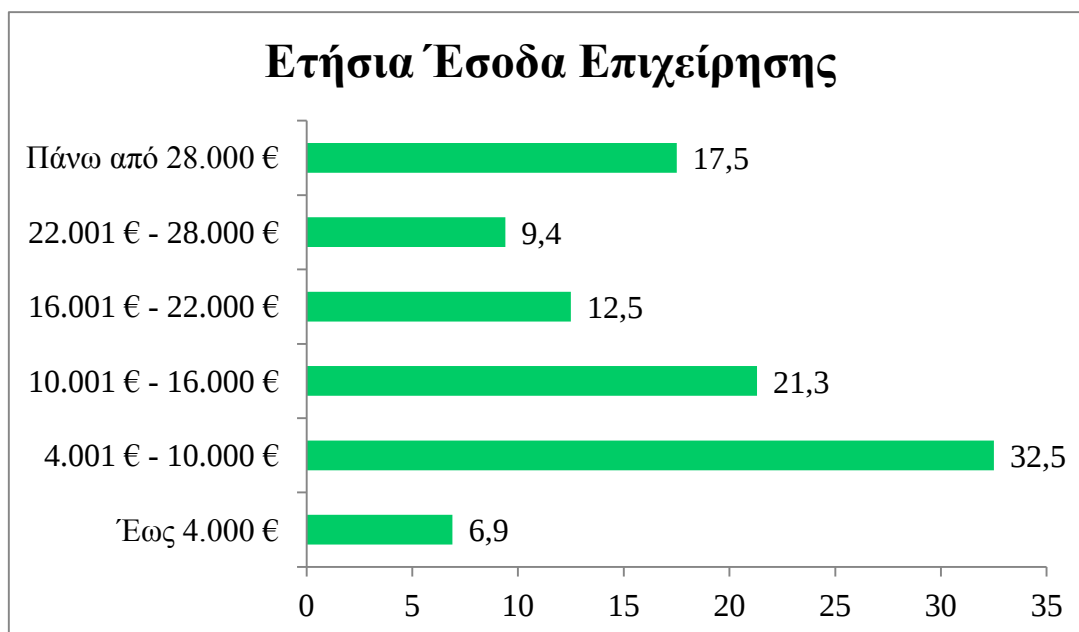
Διάγραμμα 5: Χρόνια Λειτουργίας Επιχείρησης



Από το παραπάνω διάγραμμα 5 αναλυτικά προκύπτει ότι, το 41,9% δήλωσε ότι λειτουργεί η επιχείρησή του από 1 έως 10 χρόνια, ενώ το 36,2% ότι λειτουργεί από 11 έως 20 χρόνια. Το υπόλοιπο 13,8% έχει συνολικά 21 έως 30 χρόνια λειτουργίας

της επιχείρησής του, το 6,2% έχει από 31 έως 40 χρόνια και τέλος το 1,9% λειτουργεί πάνω από 41 χρόνια.

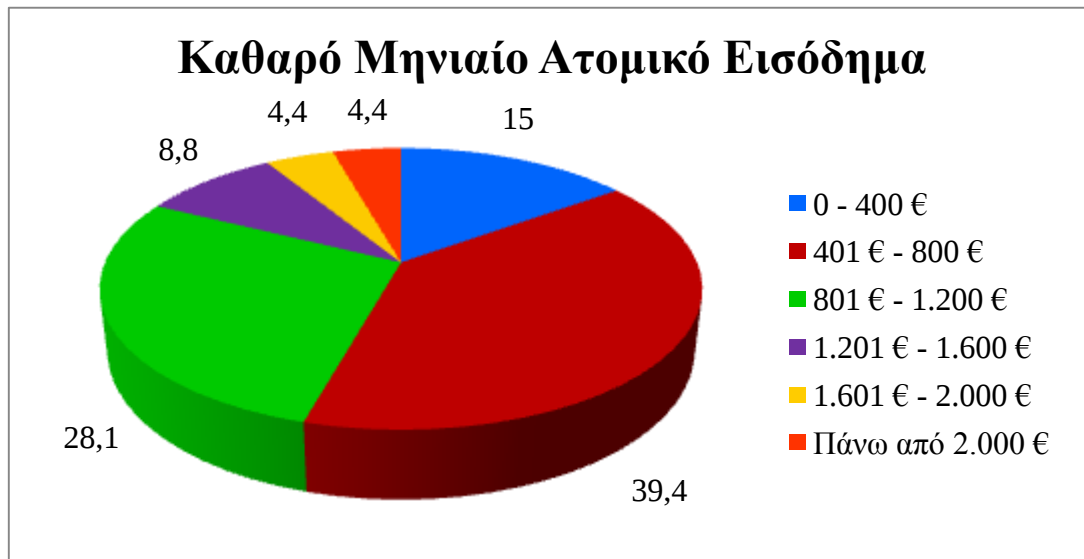
Διάγραμμα 6: Ποια είναι τα Ετήσια Έσοδα της Επιχείρησής σας;



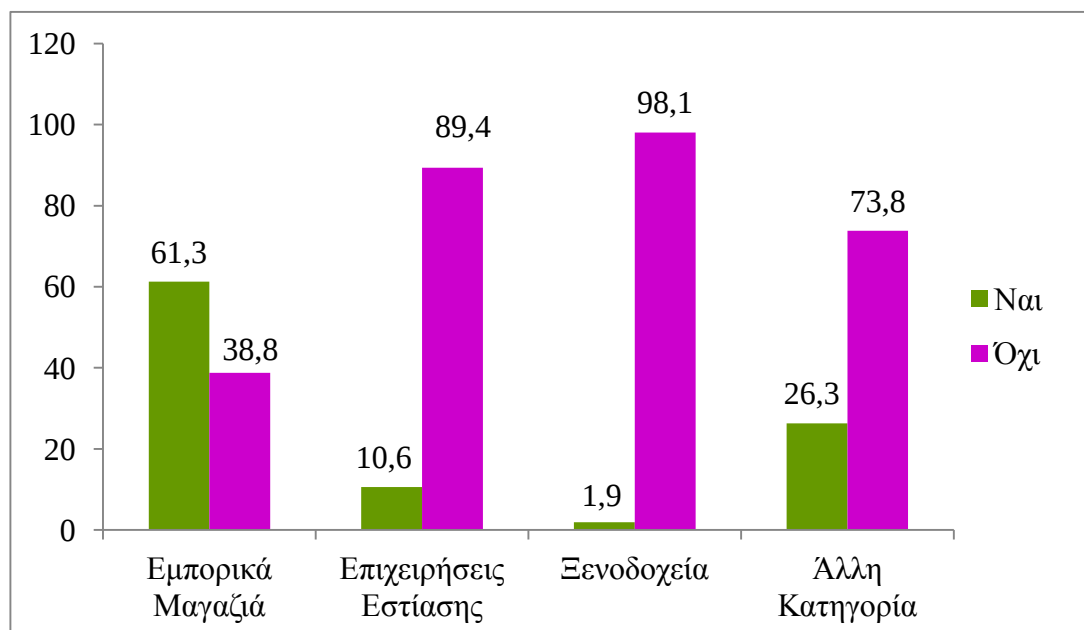
Σύμφωνα με το διάγραμμα 6 βλέπουμε ότι, από το σύνολο των επιχειρήσεων, το 6,9% των ιδιοκτητών που συμμετείχαν στην έρευνα έχει ετήσια έσοδα επιχείρησης έως 4.000 €. Ωστόσο, το 32,5% δήλωσε πως τα ετήσια έσοδα της επιχείρησής του κυμαίνονται από 4.001 € έως 10.000 €, ενώ το 21,3% βρίσκεται μεταξύ 10.001 € έως 16.000 €. Επιπλέον, το 12,5% των ερωτηθέντων έχει ετήσια έσοδα επιχείρησης από 16.001 € έως 22.000 €, ενώ το 9,4% δήλωσε ότι έχει ετήσια έσοδα από 22.001 € έως 28.000 €. Τελειώνοντας, το υπόλοιπο 17,5% έχει ετήσια έσοδα επιχείρησης που ξεπερνούν τις 28.000 €.

Όπως μπορούμε να διακρίνουμε από το παρακάτω διάγραμμα 7, το 15% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας έχει μηνιαίο ατομικό εισόδημα από 0 έως 400 €, το 39,4% κυμαίνεται από 401 € έως 800 € και το 28,1% βρίσκεται μεταξύ 801 € έως 1.200 €. Ακόμη, το 8,8% έχει καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημα από 1.201 € έως 1.600 €, το 4,4% έχει 1.601 € έως 2.000 €, ενώ το υπόλοιπο 4,4% δήλωσε ότι έχει μηνιαίο ατομικό εισόδημα που αγγίζει τα 2.000 € και άνω.

Διάγραμμα 7: Πόσο είναι το Καθαρό Μηνιαίο Ατομικό Εισόδημά σας από την Επιχείρησή σας;



Διάγραμμα 8: Σε ποια Κατηγορία ανήκει η Επιχείρησή σας;



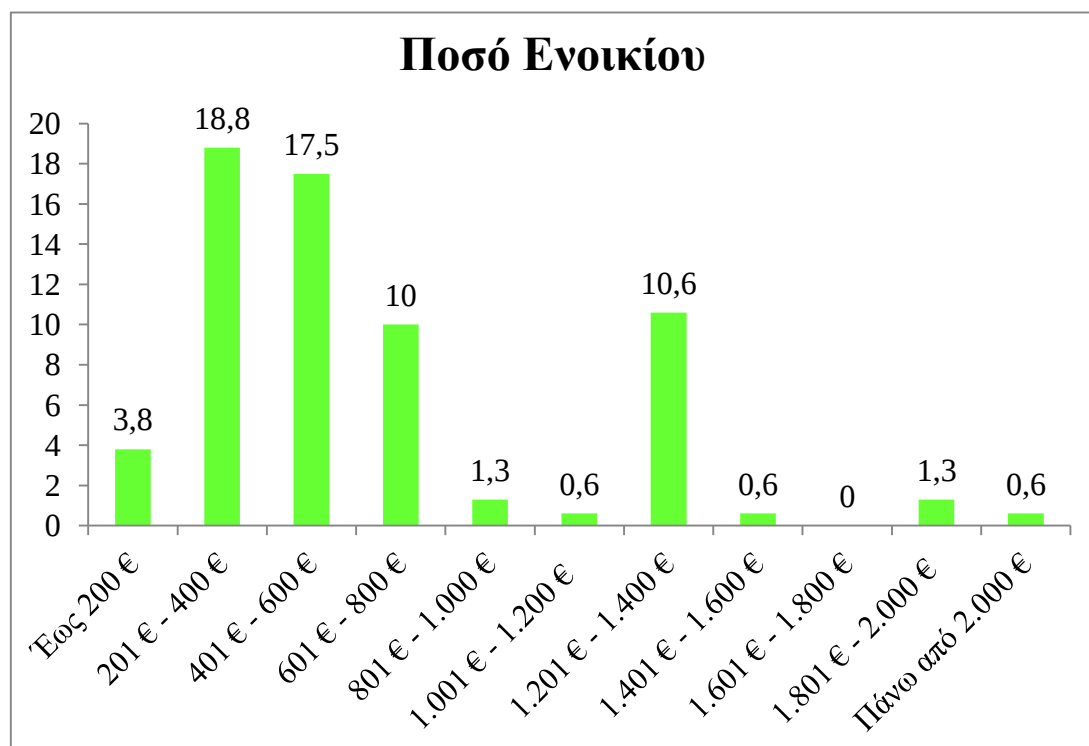
Παράλληλα, στις απαντήσεις των ερωτώμενων που παρουσιάζονται αναλυτικά στο διάγραμμα 8, ως προς την κατηγορία που ανήκει η επιχείρησή τους, το 61,3% είναι εμπορικά μαγαζιά και ακολουθούν οι επιχειρήσεις εστίασης με ποσοστό 10,6%. Αίσθηση προκαλεί το γεγονός ότι, μόλις το 1,9% είναι ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα δωμάτια από το σύνολο των επιχειρήσεων, ενώ το 26,3% ανήκουν σε άλλες κατηγορίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 9: Νοικιάζετε το Χώρο που στεγάζεται η Επιχείρησή σας;



Από το παραπάνω διάγραμμα 9 φαίνεται ξεκάθαρα ότι, το 65% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων νοικιάζουν το χώρο που στεγάζεται σήμερα η επιχείρησή τους, ενώ το 35% όχι.

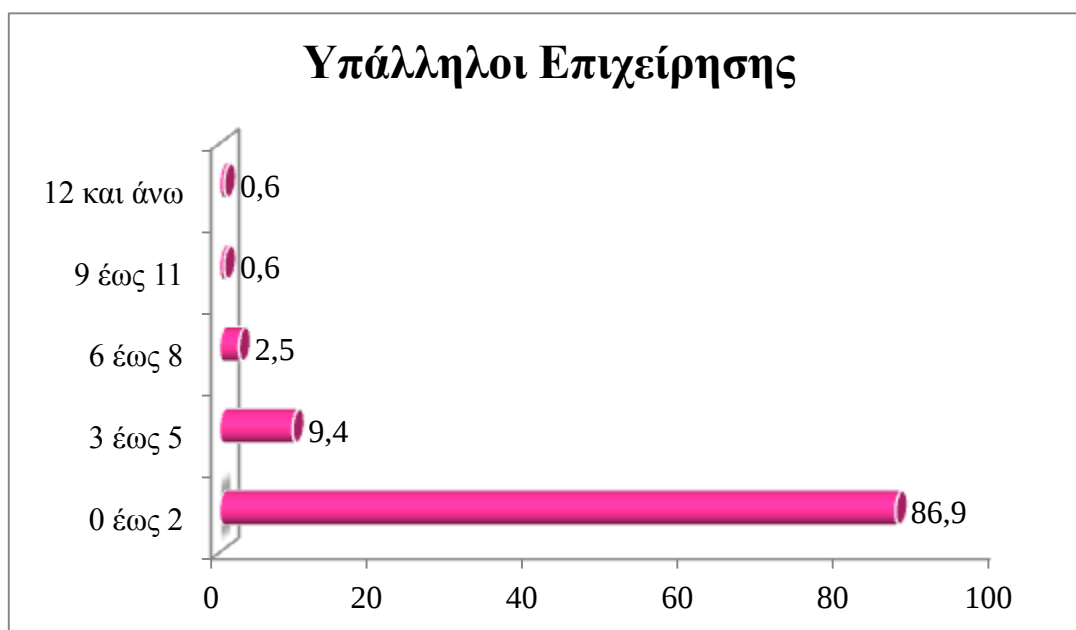
Διάγραμμα 10: Αν Ναι, πόσο Ενοίκιο πληρώνετε Κάθε Μήνα;



Είναι ολοφάνερο από το διάγραμμα 10 ότι, αρχικά το 3,8% των ερωτηθέντων πληρώνει ενοίκιο έως 200 €, το μεγαλύτερο ποσοστό που αγγίζει το 18,8% πληρώνει

ενοίκιο από 201 € έως 400 €, το 17,5% πληρώνει ενοίκιο από 401 € έως 600 € και το 10 % πληρώνει ενοίκιο από 601 € έως 800 €. Στη συνέχεια, ακολουθούν δύο πάρα πολύ χαμηλά ποσοστά καθώς το 1,3% πληρώνει ενοίκιο από 801 € έως 1.000 € και το 0,6% πληρώνει ενοίκιο από 1.001 € έως 1.200 €. Βέβαια, όπως προκύπτει από την έρευνα μόνο το 10,6% πληρώνει ενοίκιο από 1.201 € έως 1.400 € και ακολουθούν τα ποσοστά 0,6% που πληρώνει ενοίκιο από 1.401 € έως 1.600 €, 1,3% που πληρώνει ενοίκιο από 1.801 € έως 2.000 € και τέλος 0,6% που πληρώνει ενοίκιο πάνω από 2.000 €. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι, στην κατηγορία για το ποσό ενοικίου από 1.601 € έως 1.800 € δεν υπήρχε καμία απάντηση και τέλος το 35% των ιδιοκτητών δεν πληρώνει καθόλου ενοίκιο.

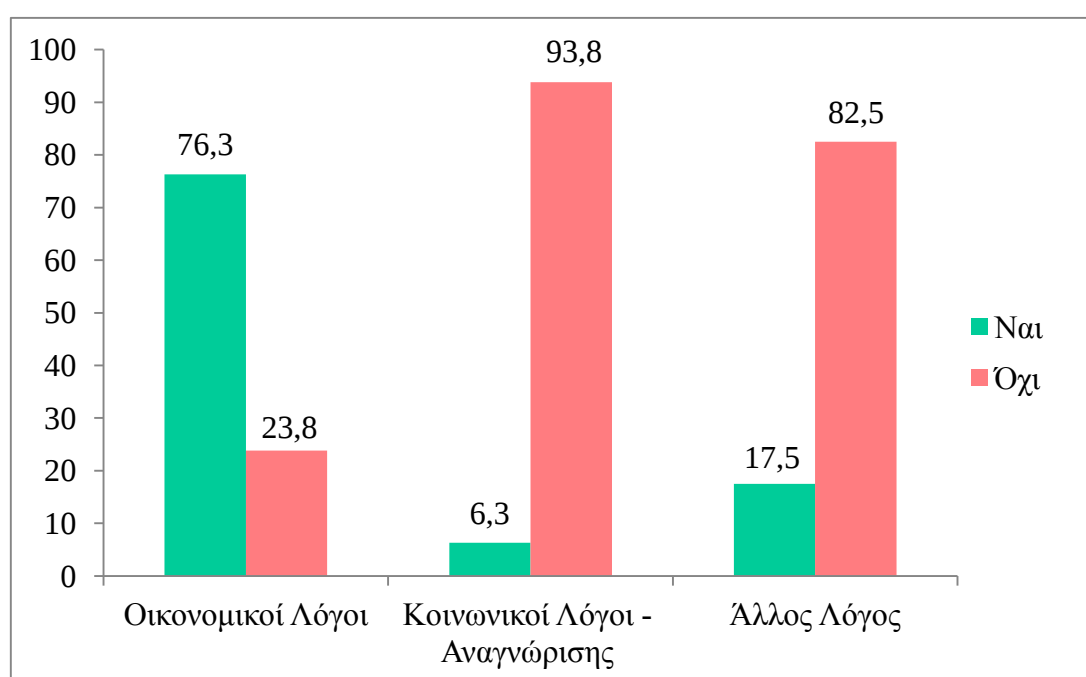
Διάγραμμα 11: Πόσους Υπαλλήλους απασχολεί η Επιχείρησή σας:



Ωστόσο, στο διάγραμμα 11 παίρνουμε πληροφορίες σχετικά με το πόσους υπαλλήλους απασχολεί στις μέρες μας η κάθε επιχείρηση. Σχεδόν, όλοι οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων της πόλης απασχολούν από 0 έως 2 άτομα με ποσοστό που φτάνει το 86,9%. Έπειτα, ακολουθούν μικρά ποσοστά όπως το 9,4% που σήμερα απασχολούν από 3 έως 5 υπαλλήλους, το 2,5% που απασχολούν από 6 έως 8 υπαλλήλους, το 0,6% που απασχολούν από 9 έως 11 υπαλλήλους και τελευταίο ως αναφερθεί το ποσοστό 0,6% που οι ιδιοκτήτες απασχολούν πάνω από 12 υπαλλήλους στην μικρομεσαία επιχείρηση.

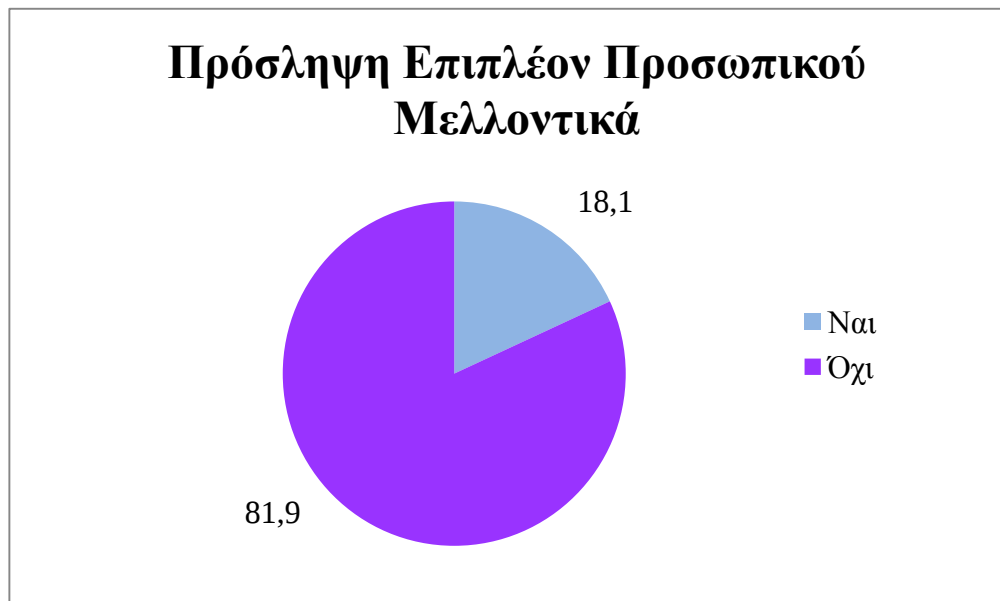
Στις απαντήσεις των ερωτώμενων που παρουσιάζονται πιο συγκεκριμένα στο διάγραμμα 12, ως προς το βασικό κίνητρο που ξεκίνησαν οι ιδιοκτήτες το άνοιγμα της μικρομεσαίας επιχείρησής τους, έχοντας τη δυνατότητα να δώσουν παραπάνω από μία απαντήσεις, το 76,3% υποστήριξε ότι βασιζόταν σε οικονομικούς λόγους, το 6,3% σε λόγους κοινωνικής αναγνώρισης και το 17,5% σε άλλο λόγο. Αίσθηση προκαλεί το γεγονός ότι, οι επιχειρηματίες ισχυρίζονται με ποσοστό 23,8% ότι δεν είχαν ως κίνητρο οικονομικούς λόγους και τέλος με ποσοστό 93,8% ότι δεν τους ενδιέφεραν οι λόγοι κοινωνικής αναγνώρισης.

Διάγραμμα 12: Ποιο ήταν το Βασικό Κίνητρο που ξεκινήσατε την Επιχείρησή σας;

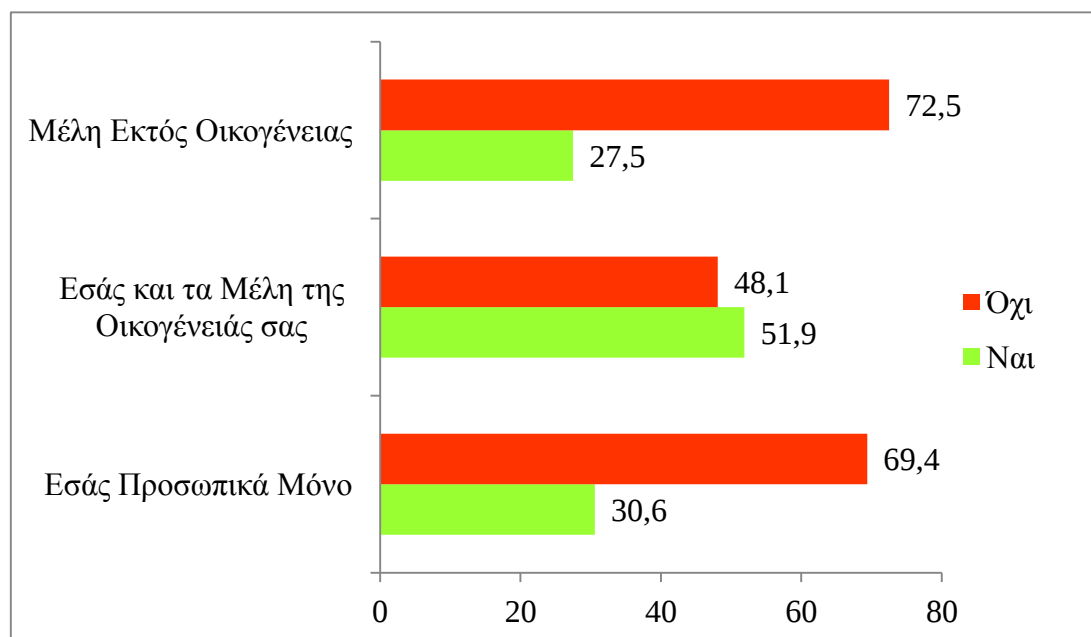


Επιπρόσθετα, ζητήθηκε από τους ιδιοκτήτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων να απαντήσουν εάν σκέφτονται μελλοντικά να προσλάβουν επιπλέον προσωπικό στην επιχείρησή τους. Δυστυχώς, απ' ό,τι διακρίνουμε παρακάτω στο διάγραμμα 13, η απάντηση που συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό είναι όχι με ποσοστό 81,9%, ενώ η απάντηση ναι αγγίζει το ποσοστό 18,1%. Γενικότερα, με αυτά τα αποτελέσματα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην πόλη της Άρτας δεν πρόκειται να προσλάβουν και άλλο προσωπικό για απασχόληση στις επιχειρήσεις τους στο άμεσο μέλλον. Καταλήγοντας, με αυτόν τον τρόπο θα αυξάνονται τα ήδη υψηλά ποσοστά ανεργίας σε όλη της ευρύτερη περιοχή.

Διάγραμμα 13: Σκέφτεστε να προσλάβετε και άλλο Προσωπικό στο Άμεσο Μέλλον;

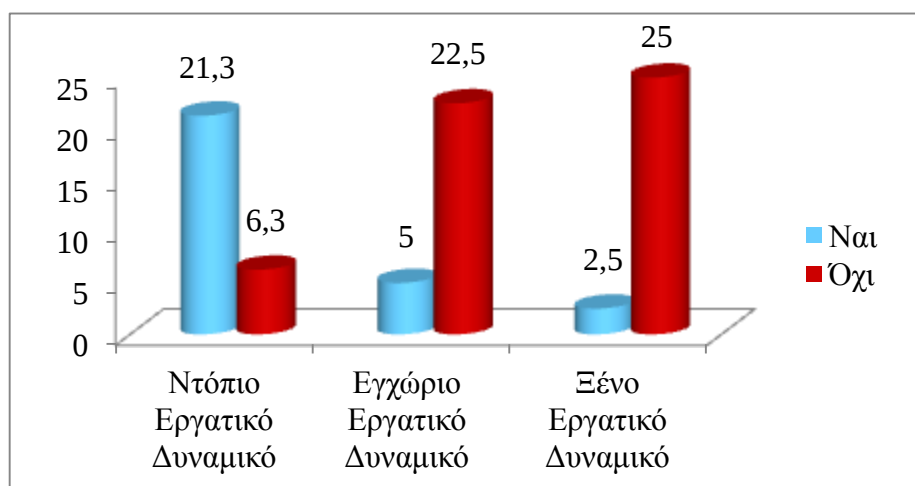


Διάγραμμα 14: Ποια Άτομα απασχολεί η Επιχείρησή σας;



Από το διάγραμμα 14 παρατηρούμε ότι, από το σύνολο των ερωτηθέντων, μόνο το 30,6% απασχολεί προσωπικά τον ιδιοκτήτη, ενώ αντίθετα το 51,9% συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό και απασχολεί, τόσο τον ιδιοκτήτη, όσο και τα μέλη της οικογένειάς του. Τελικά, μόνο το 27,5% απασχολεί μέλη εκτός οικογένειας.

Διάγραμμα 15: Αν η Επιχείρηση απασχολεί Άτομα Εκτός Οικογένειας, τότε είναι.....



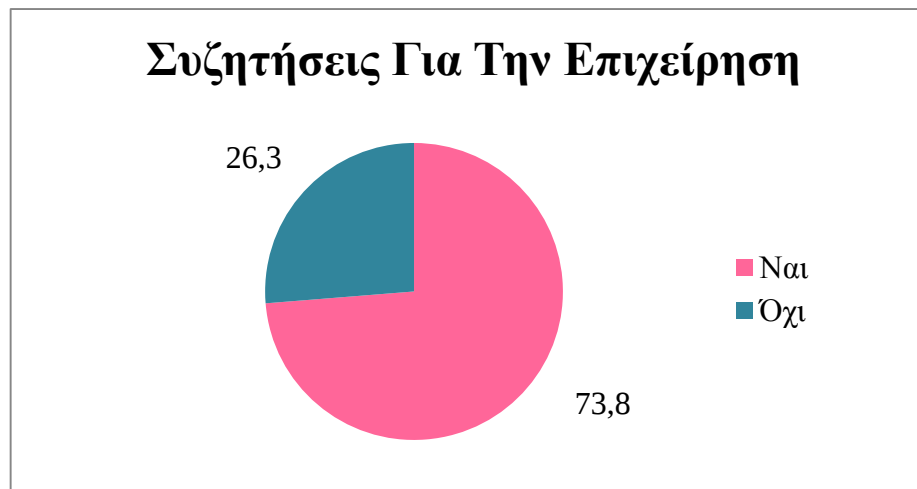
Όπως φαίνεται από το διάγραμμα 15, οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων είχαν τη δυνατότητα να δώσουν παραπάνω από μία απαντήσεις για τα άτομα εκτός οικογένειας που απασχολούν στην επιχείρησή τους. Έτσι, τονίζουν με αρκετά υψηλό ποσοστό 21,3% ότι απασχολούν ντόπιο εργατικό δυναμικό. Τέλος, ακολουθούν με ποσοστό 5% το εγχώριο εργατικό δυναμικό και με ποσοστό 2,5% το ξένο εργατικό δυναμικό.

Διάγραμμα 16: Απασχολεί η Επιχείρησή σας Κάποιο Άτομο σε Διοικητική Θέση «Manager»;



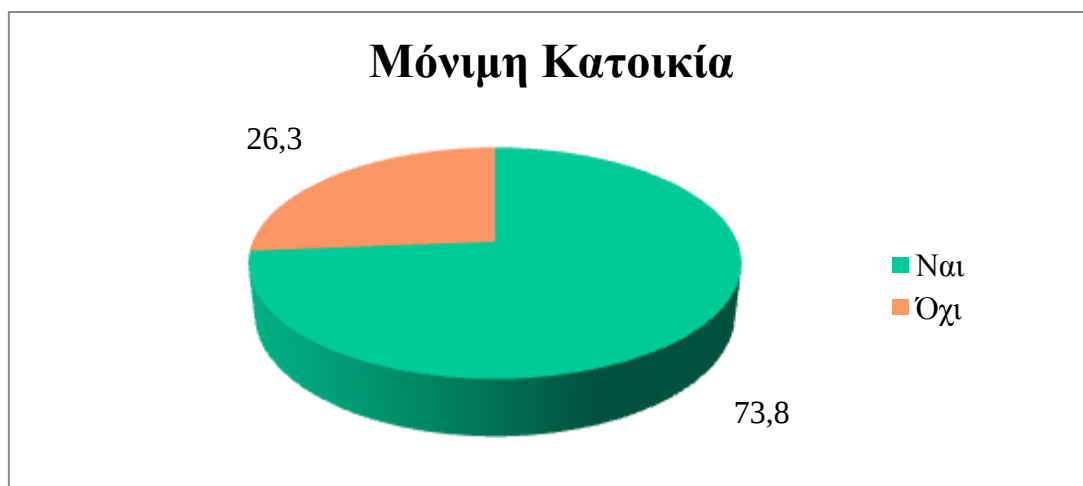
Αναμφίβολα, στο παραπάνω διάγραμμα 16 φαίνεται ολοκάθαρα ότι, το 13,1% των ερωτώμενων απασχολεί κάποιο άτομο σε διοικητική θέση manager, ενώ από την άλλη μεριά η συντριπτική πλειοψηφία που αγγίζει το 86,9% δεν απασχολεί.

Διάγραμμα 17: Κάνετε Κατά Διαστήματα Κάποιες Επαφές και Συζητήσεις, για Θέματα σχετικά με την Επιχείρηση, που αφορούν τη Μελλοντική της Πορεία;



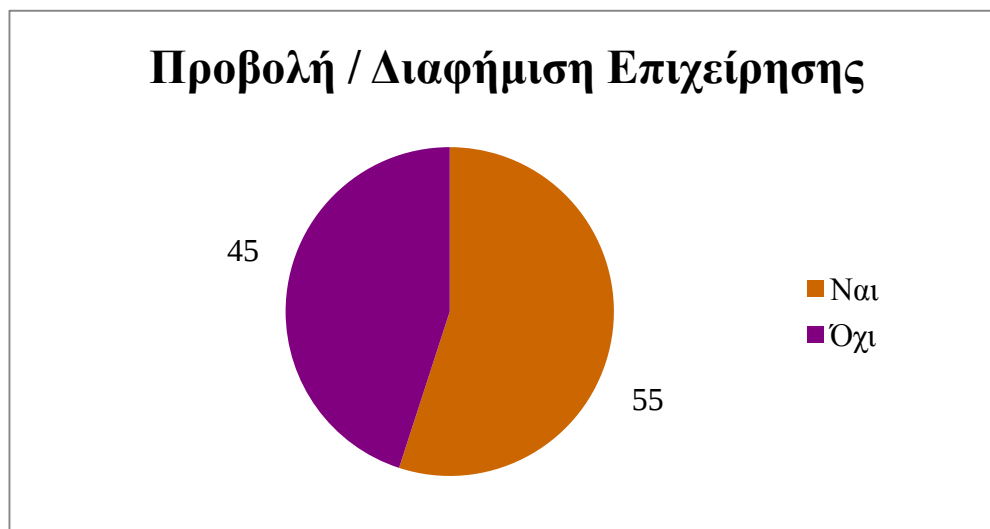
Παρατηρούμε από το διάγραμμα 17, πως γενικά το 73,8% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα απάντησαν ότι κάνουν κατά διαστήματα κάποιες επαφές και συζητήσεις για θέματα σχετικά με την επιχείρηση και τη μελλοντική της πορεία, ενώ όσοι απάντησαν το αντίθετο αγγίζουν το 26,3%.

Διάγραμμα 18: Ταυτίζεται η μόνιμη κατοικία σας με την έδρα της επιχείρησής σας;



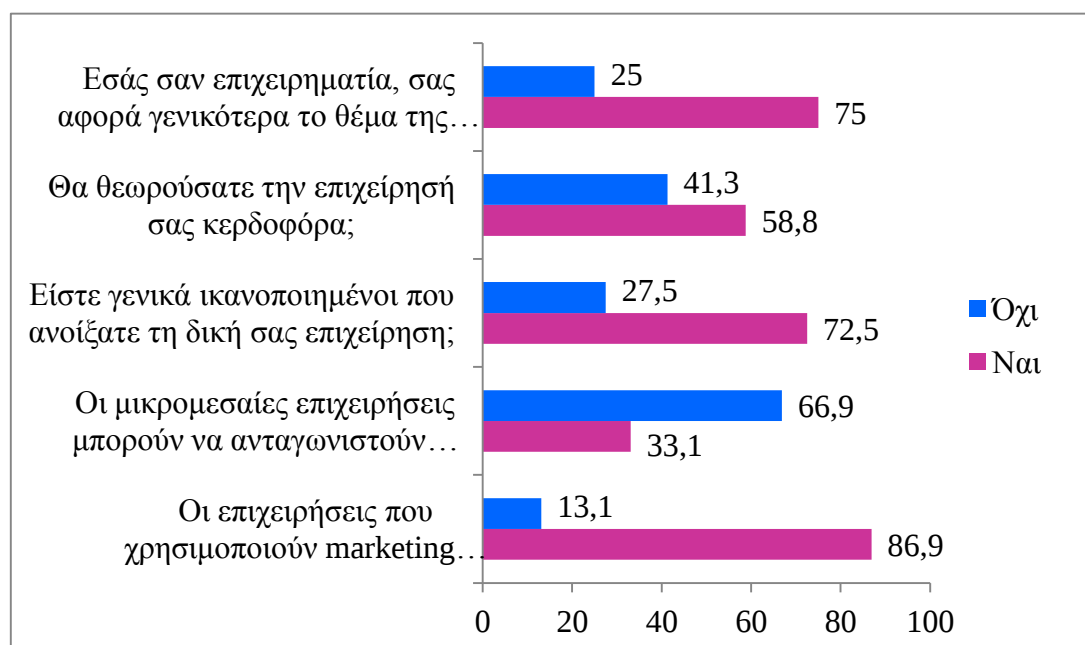
Από το παραπάνω διάγραμμα 18 διακρίνεται ότι, το 73,8% των ερωτηθέντων τονίζουν πως η μόνιμη κατοικία τους ταυτίζεται με την έδρα της επιχείρησής τους, ενώ το 26,3% απαντούν αρνητικά.

Διάγραμμα 19: Υπάρχει Κάποια Μορφή Προβολής / Διαφήμισης της Επιχείρησής σας, όπως Μ.Μ.Ε., Internet, Εφημερίδα κ.α.;



Όπως φαίνεται από το διάγραμμα 19, το μεγαλύτερο ποσοστό που ανέρχεται στο 55% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων δηλώνει ότι κάνει κάποια μορφή προβολής ή διαφήμισης της επιχείρησής τους, ενώ το 45% δεν κάνει.

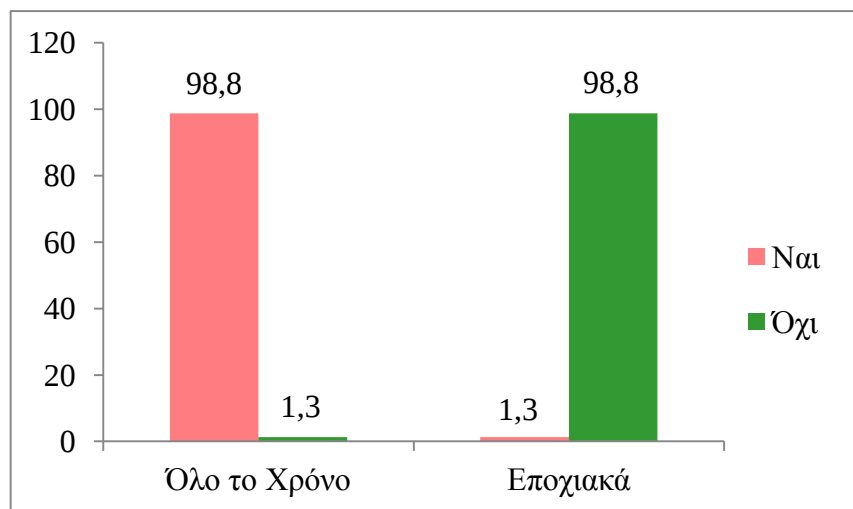
Διάγραμμα 20: Πιστεύετε πως.....



Παράλληλα, από το διάγραμμα 20 προκύπτει ότι, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτώμενων πιστεύει ότι οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν marketing έχουν

περισσότερες πωλήσεις από αυτές που δεν χρησιμοποιούν με ποσοστό 86,9% και είναι γενικά ικανοποιημένοι που άνοιξαν τη δική τους επιχείρηση με ποσοστό 72,5%. Οι ίδιοι θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα με ποσοστό 58,8% και γενικότερα τους αφορά το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος με ποσοστό 75%. Επίσης, από την άλλη μεριά το 66,9% επισημαίνει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να ανταγωνιστούν σήμερα τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου τους.

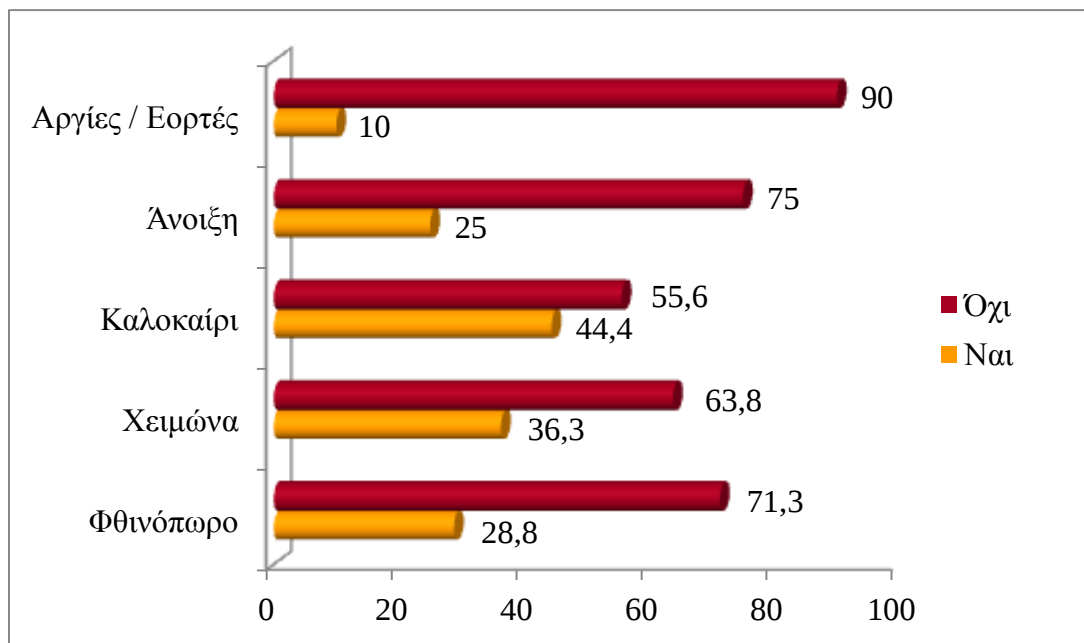
Διάγραμμα 21: Η Επιχείρησή σας λειτουργεί.....



Σύμφωνα με το διάγραμμα 21, από το σύνολο των επιχειρήσεων, το 98,8% λειτουργεί όλο το χρόνο, ενώ μόνο το 1,3% λειτουργεί εποχιακά. Οι ιδιοκτήτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα είχαν τη δυνατότητα να απαντήσουν επιλέγοντας είτε την μία απάντηση, είτε την άλλη. Παρόλα αυτά, υπήρχαν κάποια ερωτηματολόγια στα οποία δόθηκαν και οι δύο απαντήσεις.

Επιπλέον, όπως διακρίνεται στο διάγραμμα 22, το 28,8% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι το φθινόπωρο σημειώνονται τα περισσότερα κέρδη για την επιχείρηση και το 36,3% ισχυρίζεται ότι ο χειμώνας είναι η περίοδος που η επιχείρηση παρουσιάζει ικανοποιητικό επίπεδο κερδών. Παρόλα αυτά, το καλοκαίρι είναι αναμφισβήτητα η χρονική περίοδος που η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη με ποσοστό 44,4%, ενώ το 25% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων σημειώνονται τα περισσότερα κέρδη. Τέλος, αξιοπρόσεκτο είναι το γεγονός ότι μόνο το 10% θεωρεί ότι η επιχείρηση παρουσιάζει ικανοποιητικό επίπεδο κερδών στις αργίες ή στις εορτές.

Διάγραμμα 22: Σε ποιες από τις παρακάτω Χρονικές Περιόδους σημειώνει περισσότερα Κέρδη η Επιχείρησή σας;



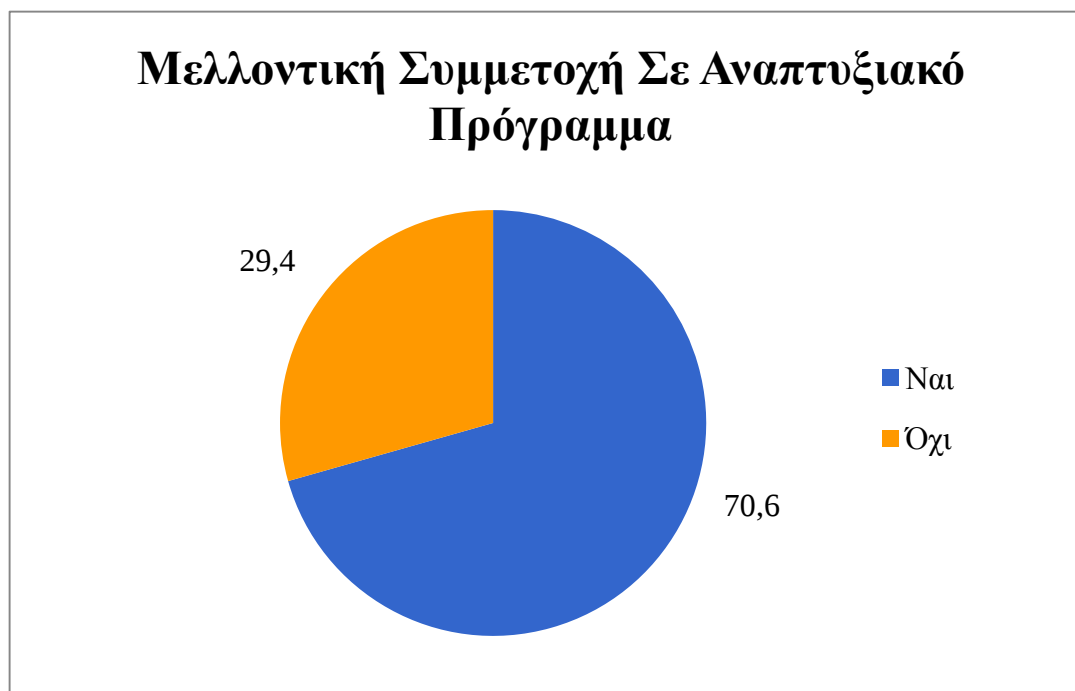
Διάγραμμα 23: Γνωρίζετε αν είχε ή έχει ενταχθεί ποτέ η Επιχείρησή σας σε Αναπτυξιακό Πρόγραμμα (π.χ. Leader);



Συνεχίζοντας, ζητήθηκε από τους ιδιοκτήτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της πόλης της Άρτας να απαντήσουν στο ερώτημα εάν η επιχείρησή τους είχε ή έχει ενταχθεί ποτέ σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα. Οι απαντήσεις των ερωτώμενων φαίνονται παραπάνω στο διάγραμμα 23. Αξίζει να επισημανθεί το γεγονός ότι, το

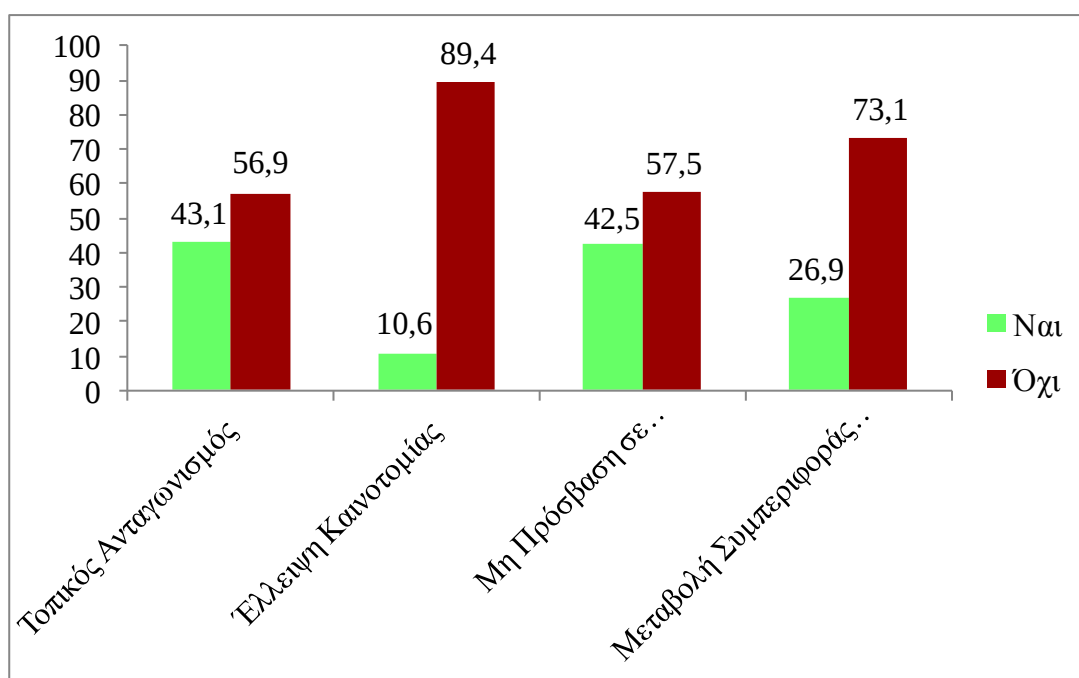
υψηλότερο ποσοστό, με μεγάλη διαφορά, συγκεντρώνει η απάντηση όχι με 88,1% και ακολουθεί η απάντηση ναι με 11,9%. Με άλλα λόγια, από το σύνολο των 160 μικρομεσαίων επιχειρήσεων της πόλης, οι περισσότερες δεν έχουν ενταχθεί σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα.

Διάγραμμα 24: Θα θέλατε να ενταχθεί η Επιχείρησή σας σε Κάποιο Αναπτυξιακό Πρόγραμμα;



Ως προς την άποψη των ερωτώμενων για το αν θα ήθελαν μελλοντικά να ενταχθεί η επιχείρησή τους σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα, όπως διακρίνουμε στο διάγραμμα 24, οι απόψεις διίστανται. Το 70,6% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας δηλώνει ότι θα ήθελε μελλοντικά να ενταχθεί σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα, ενώ το 29,4% δηλώνει ότι δεν θα ήθελε τη μελλοντική συμμετοχή σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα. Καταλήγοντας, είναι πάρα πολύ θετικό το αποτέλεσμα της έρευνας, ότι οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Άρτα θα ήθελαν να ενταχθούν σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα εφόσον φυσικά είχαν τη δυνατότητα και υπήρχαν οι κατάλληλες προϋποθέσεις. Φυσικά, το γεγονός αυτό θα συνέβαλε όχι μόνο στην ευημερία της επιχείρησής τους, αλλά και στην ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής.

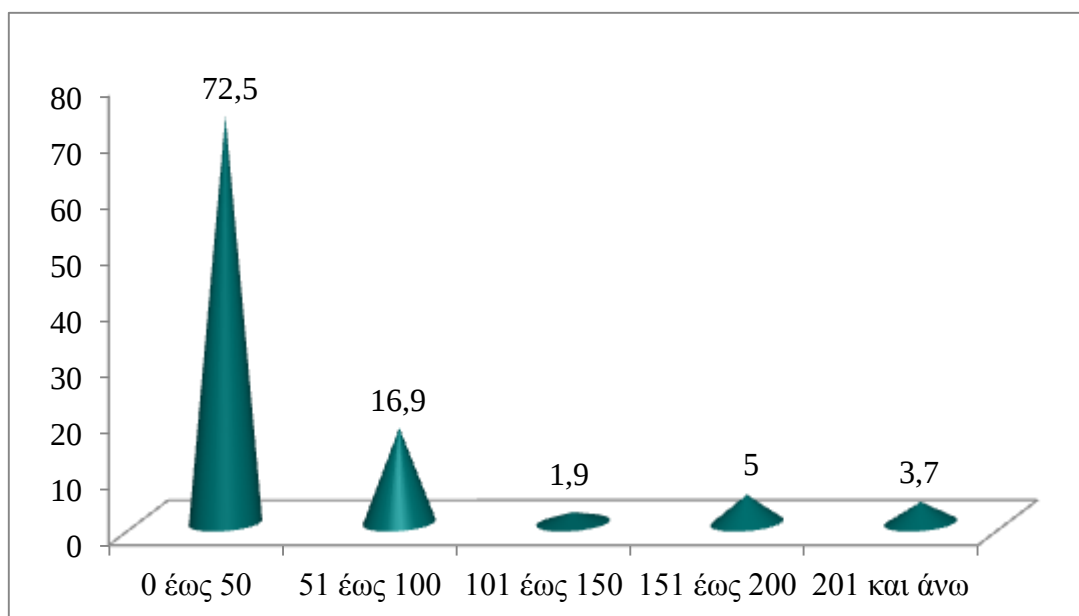
Διάγραμμα 25: Στις μέρες μας, ποιο πιστεύετε ότι είναι το Σημαντικότερο Πρόβλημα που αντιμετωπίζει η Επιχείρησή σας;



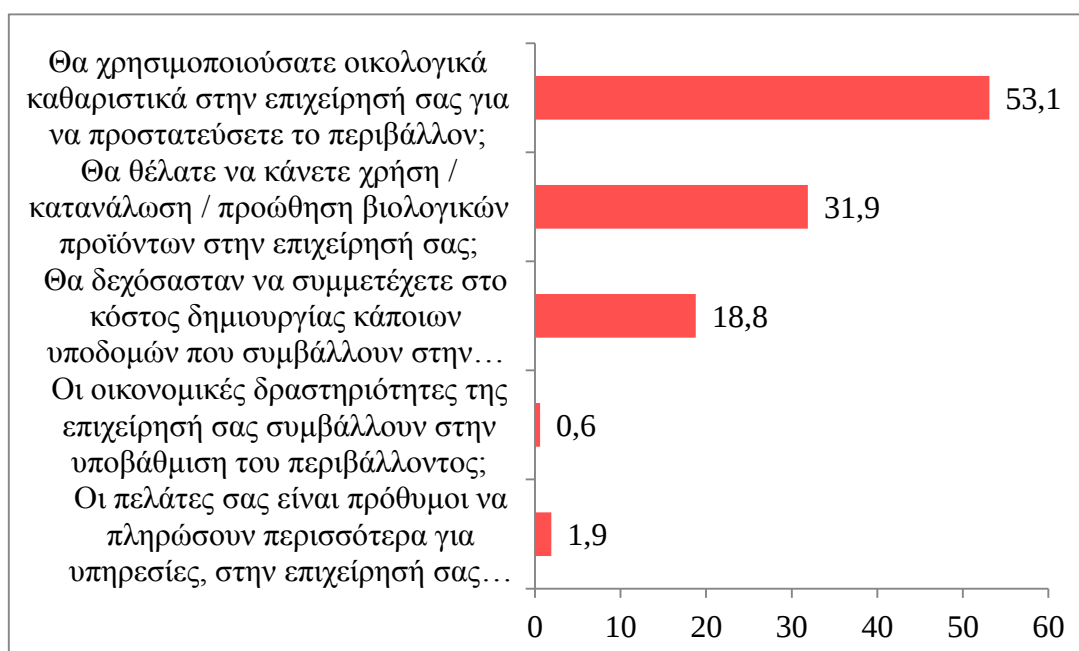
Βέβαια, στην ερώτηση σχετικά με το ποιο θεωρούν ως το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η επιχείρησή τους στις μέρες μας, οι απαντήσεις των οποίων διακρίνονται στο διάγραμμα 25, το 43,1% πιστεύει ότι το πιο σημαντικό πρόβλημα είναι ο τοπικός ανταγωνισμός. Παράλληλα, το ποσοστό μειώνεται στο 10,6% όταν πρόκειται για την έλλειψη καινοτομίας. Αντίθετα, το 42,5% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι η μη πρόσβαση σε χρηματοδότηση είναι εξίσου ένα σοβαρό πρόβλημα, ενώ το 26,9% ισχυρίζεται ότι πρόβλημα αποτελεί η μεταβολή στη συμπεριφορά των πελατών. Ιδιαίτερα υψηλά είναι τα ποσοστά όλων των απαντήσεων καθώς οι ιδιοκτήτες πιστεύουν ότι όλα τα παραπάνω δεν αποτελούν πολύ σημαντικά προβλήματα για την επιχείρηση.

Σύμφωνα με το παρακάτω διάγραμμα 26 βλέπουμε ότι, το 72,5% είναι το ποσοστό με τους περισσότερους πελάτες από 0 έως 50 άτομα που εξυπηρετεί μια επιχείρηση κατά μέσο όρο την ημέρα, ενώ μόλις το 16,9% εξυπηρετεί από 51 έως 100 άτομα. Κατόπιν, το 1,9% εξυπηρετεί από 101 έως 150 πελάτες, το 5% εξυπηρετεί από 151 έως 200 πελάτες και τέλος το 3,7% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων δηλώνουν ότι η επιχείρησή τους εξυπηρετεί περισσότερα από 201 άτομα καθ' όλη τη διάρκεια της μέρας.

Διάγραμμα 26: Πόσους Πελάτες εξυπηρετείτε Καθημερινά;



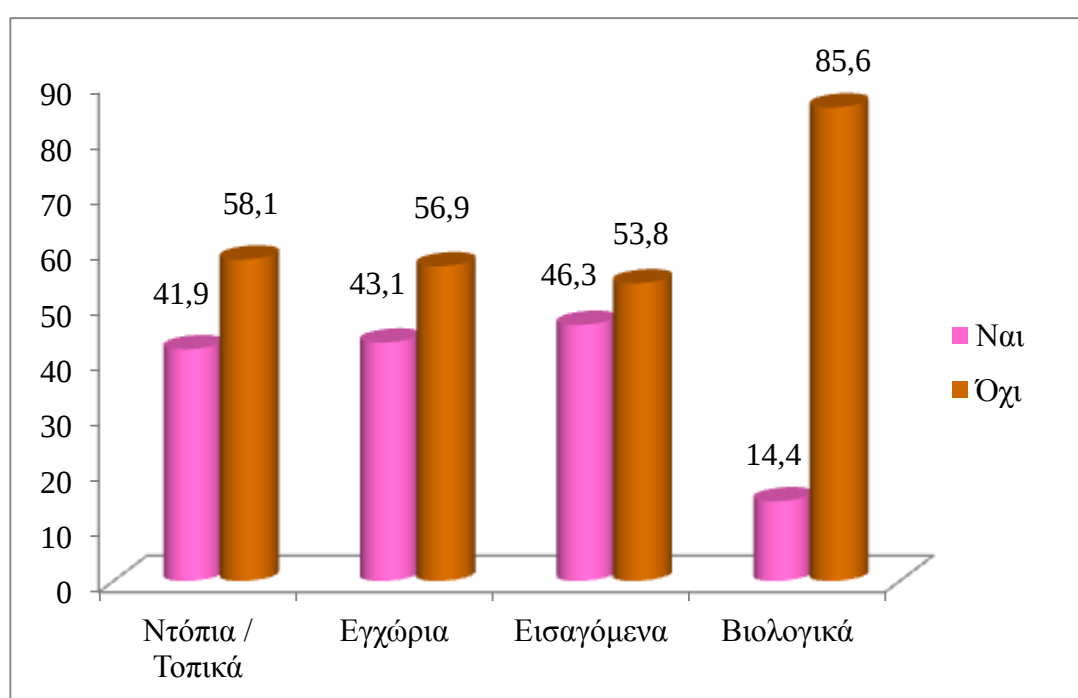
Διάγραμμα 27: Εκφράστε την άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις.....



Επιπρόσθετα, αναζητήθηκε η άποψη των συμμετεχόντων στην έρευνα για κάποιες ενέργειες που κάνουν οι επιχειρήσεις τους προκειμένου να είναι φιλικές προς το περιβάλλον. Γενικότερα, οι περισσότερες από αυτές χαρακτηρίστηκαν ιδιαίτερα σημαντικές για τις επιχειρήσεις. Οι απαντήσεις φαίνονται στο διάγραμμα 27. Πιο συγκεκριμένα, το 53,1% δηλώνει ότι θα ήθελε οι επιχειρήσεις να χρησιμοποιούσαν

οικολογικά καθαριστικά για την προστασία του περιβάλλοντος. Ακόμη, το 31,9% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων θα ήθελε να κάνει, είτε χρήση, είτε κατανάλωση αλλά και προώθηση βιολογικών προϊόντων στην επιχείρησή του, ενώ το 18,8% θα δεχόταν να συμμετέχει ευχαρίστως στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. Σχετικά, με την προθυμία των πελατών να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον και τη συμβολή των οικονομικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης στην υποβάθμιση του περιβάλλοντος οι απαντήσεις έδειξαν επιφυλακτικότητα.

Διάγραμμα 28: Τι Είδους Προϊόντα χρησιμοποιεί η Επιχείρησή σας:



Από το διάγραμμα 28 προκύπτει ότι, η μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων ισχυρίζεται ότι χρησιμοποιούν στην επιχείρησή τους ντόπια ή τοπικά προϊόντα με ποσοστό 41,9%. Παράλληλα, το 43,1% χρησιμοποιούν στην επιχείρησή τους εγχώρια προϊόντα και το 46,3% χρησιμοποιούν μόνο εισαγόμενα προϊόντα στην επιχείρησή τους. Αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί το γεγονός ότι, μόνο το 14,4% των ερωτηθέντων χρησιμοποιούν στην επιχείρησή τους βιολογικά προϊόντα. Τα άτομα που πήραν μέρος στην έρευνα είχαν τη δυνατότητα να δώσουν παραπάνω από μία απαντήσεις. Καταλήγοντας, με βάση τις απαντήσεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα παρατηρούμε ότι χρησιμοποιούν γενικά

περισσότερα εισαγόμενα προϊόντα και λιγότερα ντόπια ή εγχώρια προϊόντα, ενώ δεν χρησιμοποιούν σχεδόν καθόλου βιολογικά προϊόντα.

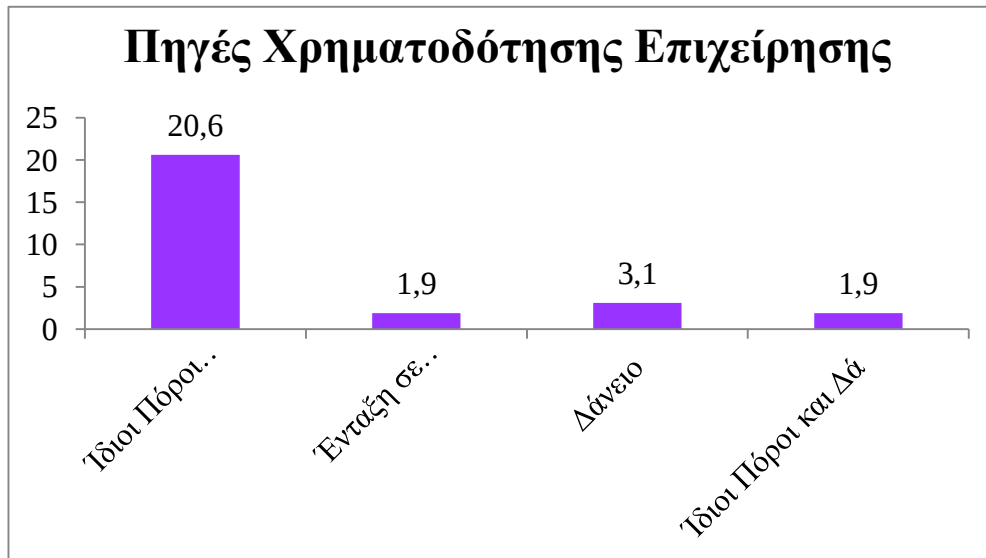
Διάγραμμα 29: Η Επιχείρησή σας πήρε Πρόσφατα Οποιοδήποτε Μέτρο, που να διασφαλίζει τη Συμβολή της, στην Προστασία του Φυσικού Περιβάλλοντος;



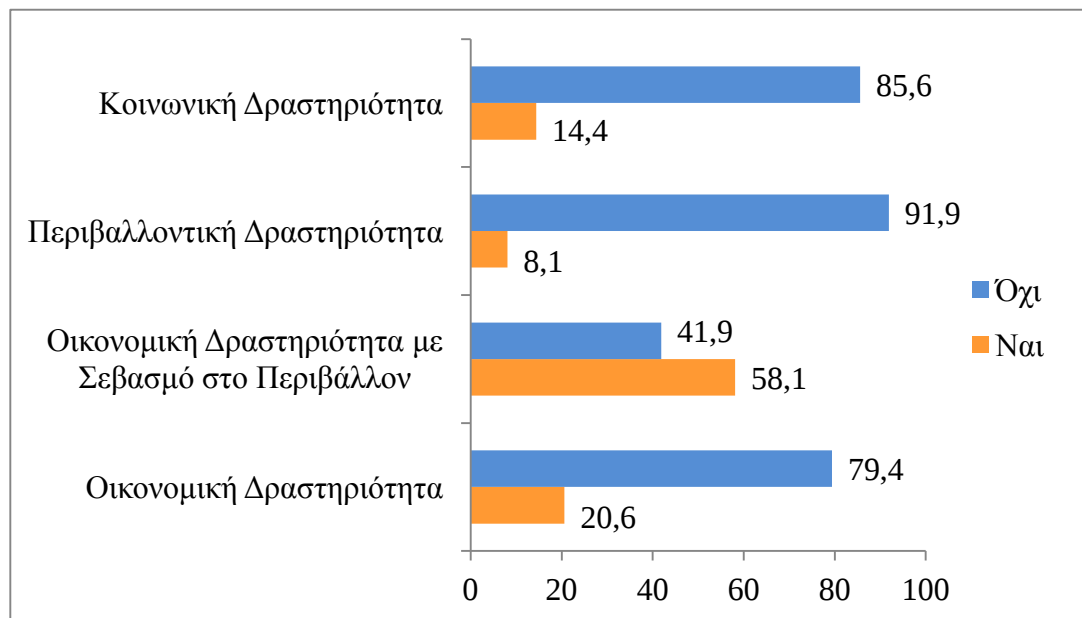
Ωστόσο, ζητήθηκε από τους ιδιοκτήτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων να απαντήσουν εάν η επιχείρησή τους πήρε πρόσφατα κάποιο μέτρο που να διασφαλίζει τη συμβολή της στην προστασία του περιβάλλοντος. Δυστυχώς, όπως βλέπουμε στο διάγραμμα 29, η απάντηση που συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό είναι όχι με ποσοστό 72,5%, ενώ η απάντηση ναι αγγίζει το ποσοστό 27,5%. Με άλλα λόγια, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις της πόλης δεν έχουν πάρει τα κατάλληλα μέτρα για την προστασία του φυσικού περιβάλλοντος.

Είναι ολοφάνερο από το διάγραμμα 30 ότι, από το σύνολο των ερωτώμενων, η πηγή χρηματοδότησης που χρησιμοποίησε το 20,6% ώστε να βοηθήσει στη μείωση της επιβάρυνσης του περιβάλλοντος ήταν οι ίδιοι πόροι, δηλαδή οι προσωπικές ή οι οικογενειακές οικονομίες. Φυσικά, το 1,9% εντάχθηκε σε κάποιο αναπτυξιακό νομό, το 3,1% δανείστηκε και τέλος σε ποσοστό πάλι 1,9% ανήκουν οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων που χρησιμοποίησαν ίδιους πόρους και δανείστηκαν ταυτόχρονα. Ας σημειωθεί ότι, το σύνολο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της πόλης που χρησιμοποίησαν κάποια πηγή χρηματοδότησης ανέρχεται σε 44 επιχειρήσεις.

Διάγραμμα 30: Αν Ναι, ποιες από τις παρακάτω Πηγές Χρηματοδότησης χρησιμοποίησε η Επιχείρησή σας για να μειώσει την Επιβάρυνση του Περιβάλλοντος;



Διάγραμμα 31: Πως κατά τη γνώμη σας ορίζεται η Βιώσιμη Ανάπτυξη μιας Περιοχής;



Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε από το διάγραμμα 31 πως από το σύνολο των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα, το 20,6% ορίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής ως οικονομική δραστηριότητα. Επιπλέον,

το υψηλότερο ποσοστό που αγγίζει το 58,1% ορίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής ως οικονομική δραστηριότητα με σεβασμό στο περιβάλλον. Αναμφίβολα, το 8,1% ορίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής ως περιβαλλοντική δραστηριότητα, ενώ τελειώνοντας μόλις το 14,4% των ερωτώμενων ορίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής ως κοινωνική δραστηριότητα. Σε αυτό το σημείο ας επισημανθεί ότι, τα άτομα που πήραν μέρος στην έρευνα είχαν τη δυνατότητα να δώσουν παραπάνω από μία απαντήσεις.

Διάγραμμα 32: Θεωρείτε ότι, είσαστε Ενημερωμένοι σχετικά με τις Δυνατότητες Βιώσιμης Ανάπτυξης της Περιοχής σας;



Τελειώνοντας, αναφέρεται ότι το 40,6% των ερωτώμενων θεωρεί ότι είναι ενημερωμένοι σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής τους. Από την άλλη μεριά, όπως διακρίνεται στο διάγραμμα 32, το 59,4% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων πιστεύει ότι δεν είναι ενημερωμένοι σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής τους.

9.4 Εκτίμηση Οικονομετρικών Υποδειγμάτων

Στην ενότητα αυτή, παρουσιάζεται η ανάλυση των αποτελεσμάτων από τις εκτιμήσεις των υποδειγμάτων που προκύπτουν από την έρευνα, και ειδικότερα μέσα από την πολλαπλή γραμμική και την λογιστική παλινδρόμηση, σχετικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επηρεάζουν τη βιώσιμη ανάπτυξη της Άρτας μέσω των δραστηριοτήτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Παράλληλα, γίνεται αναφορά στα αποτελέσματα της εκτίμησης υποδειγμάτων παλινδρόμησης βάσει των παρακάτω συγκεκριμένων παραμέτρων: i) της συχνότητας των οικονομικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης που συμβάλλουν γενικότερα στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος, ii) της πιθανότητας εκδήλωσης γενικού ενδιαφέροντος από τον επιχειρηματία για το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος, iii) της πιθανότητας κερδοφορίας της επιχείρησης.

Τα εμπειρικά αποτελέσματα των δύο τελευταίων σχέσεων βασίζονται στην εκτίμηση των μοντέλων παλινδρόμησης με τη μέθοδο μέγιστης πιθανοφάνειας. Πρόκειται για μια δημοφιλή τεχνική στατιστικής ανάλυσης, κατά την οποία η πιθανότητα ενός διχοτομημένου αποτελέσματος σχετίζεται με ένα συγκεκριμένο σύνολο ερμηνευτικών μεταβλητών. Στην προκειμένη περίπτωση, σύμφωνα με το λογιστικό υπόδειγμα, η εκτιμώμενη αξία της εξαρτημένης μεταβλητής ερμηνεύεται ως η πιθανότητα οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων να πιστεύουν στη βιώσιμη ανάπτυξη της περιοχής, όπως προσδιορίζεται από τις τιμές των ανεξάρτητων μεταβλητών.

Εκτίμηση Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης για τους Προσδιοριστικούς Παράγοντες της Συχνότητας των Οικονομικών Δραστηριοτήτων που Συμβάλλουν στην Υποβάθμιση του Φυσικού Περιβάλλοντος

Αρχικά, η 1^η εξίσωση με εξαρτημένη μεταβλητή για το αν «θεωρούν ότι οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησής τους συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος». Σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης παλινδρόμησης, είναι ο προσδιορισμός της επίδρασης αυτών των παραμέτρων, στη συχνότητα υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος. Οι παράγοντες που εξετάστηκαν είναι: η ηλικία, το μορφωτικό επίπεδο, η λειτουργία της επιχείρησης, είτε όλο το χρόνο, είτε

εποχιακά, η ύπαρξη ενός manager στην επιχείρηση, η χρήση ντόπιων προϊόντων, η προθυμία των πελατών να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον, το επιχειρηματικό ενδιαφέρον σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος, η χρήση / κατανάλωση / προώθηση βιολογικών προϊόντων, η συμμετοχή των επιχειρηματιών στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος καθώς και η ενημέρωση αυτών σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής τους.

ΕΙΣΩΣΗ 1

$$Degradi_{it} = b_0 + b_1Age_{it} + b_2New_Educ_{it} + b_3AllYear_{it} + b_4Season_{it} + b_5Manager_{it} + b_6Area_{it} + b_7Pay_{it} + b_8Protect_{it} + b_9Products_{it} + b_{10}Cost_{it} + b_{11}Informed_{it} + \varepsilon_{it}$$

Όπου:

Degradat: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη συχνότητα των οικονομικών δραστηριοτήτων της επιχείρησης που συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.

Age: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει την ηλικία του ερωτώμενου.

New_Educ: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος έχει πανεπιστημιακή μόρφωση και την τιμή 0 όταν δεν έχει.

AllYear: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση λειτουργεί όλο το χρόνο και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

Season: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση λειτουργεί εποχιακά και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

Manager: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση απασχολεί κάποιο άτομο σε διοικητική θέση «Manager» και την τιμή 0 όταν δεν απασχολεί κάποιο άτομο.

Area: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση χρησιμοποιεί ντόπια / τοπικά προϊόντα και την τιμή 0 όταν δεν χρησιμοποιεί.

Pay: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη συχνότητα προθυμίας των πελατών να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες, στην επιχείρηση φιλικές προς το περιβάλλον.

Protect: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος αφορά τον ερωτώμενο και την τιμή 0 όταν δεν τον αφορά.

Products: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη συχνότητα προθυμίας των ερωτώμενων για χρήση / κατανάλωση / προώθηση βιολογικών προϊόντων στην επιχείρησή τους.

Cost: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη συχνότητα προθυμίας των ερωτώμενων για συμμετοχή στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Informed: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος θεωρεί πως είναι ενημερωμένος σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής τους και την τιμή 0 όταν θεωρεί πως δεν είναι ενημερωμένος.

ει: Τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Πίνακας 8: Εκτίμηση Πολλαπλής Γραμμικής Παλινδρόμησης για την 1^η Εξίσωση.

Ανεξάρτητες Μεταβλητές	Υπόδειγμα I Linear Συντελεστής
Σταθερός Όρος	2,287*** (6,453)
Age	-0,137 (-1,483)
New_Educ	0,172 (1,072)
Season	0,427 (0,637)
Manager	0,418 (1,615)

Area	-0,230 (-1,450)
Pay	0,201** (2,365)
Protect	-0,651*** (-3,375)
Products	0,035 (0,595)
Cost	-0,065 (0,981)
Informed	-0,186 (-1,127)
R - Square	0,214
R ² (Διορθωμένο)	0,161
Στατιστική F	4,057***

*Σημείωση: Οι ενδείξεις *** και ** υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1% και 5% αντίστοιχα. Τα μεγέθη στις παρενθέσεις ακολουθούν την στατιστική t.*

Γενικά, από τον παραπάνω πίνακα διακρίνεται ολοκάθαρα ότι οι περισσότερες μεταβλητές ηλικία, μορφωτικό επίπεδο, περίοδος λειτουργίας της επιχείρησης, ύπαρξη manager, χρησιμοποίηση ντόπιων / τοπικών προϊόντων, προθυμία ερωτώμενων για χρήση / κατανάλωση / προώθηση βιολογικών προϊόντων, προθυμία ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για συμμετοχή στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών και θεώρηση ερωτώμενων ότι υπάρχει σωστή ενημέρωση σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής τους δεν είναι στατιστικά σημαντικές, τόσο σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%, όσο και σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Επομένως, καμία από αυτές τις μεταβλητές δεν επηρεάζει τις απόψεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για το αν θεωρούν ότι γενικά οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησή τους συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.

Συνεπώς, αρχικά η ποσοτική μεταβλητή που υποδηλώνει την προθυμία των πελατών να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Με άλλα λόγια, η προθυμία των πελατών είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει τις απόψεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας σχετικά με το αν θεωρούν ότι οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησής τους συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό πρόσημο γεγονός που υποδηλώνει ότι οι επιχειρηματίες που δηλώνουν ότι οι πελάτες που είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον είναι και αυτοί που πιστεύουν ότι οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησής τους συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.

Επιπρόσθετα, η ψευδομεταβλητή που δηλώνει το επιχειρηματικό ενδιαφέρον σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Δηλαδή, το επιχειρηματικό ενδιαφέρον σχετικά με την προστασία του περιβάλλοντος είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει τις απόψεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας. Το αρνητικό πρόσημο του εκτιμώμενου συντελεστή σημαίνει ότι οι επιχειρηματίες που δηλώνουν ενδιαφέρον σχετικά με το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος πιστεύουν πως οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησής τους δε συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.

Παράλληλα, το R^2 (Adjusted) είναι ο συντελεστής προσδιορισμού και είναι διορθωμένος ως προς τους βαθμούς ελευθερίας. Αναφέρεται στο σύνολο των ανεξάρτητων μεταβλητών και το 16% δείχνει μια καλή προσαρμογή των δεδομένων. Οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές ερμηνεύουν το 16% της διακύμανσης της εξαρτημένης. Η στατιστική F είναι μια κριτική, η οποία εκφράζει γενικότερα τη συνολική ερμηνευτικότητα της παλινδρόμησης. Ακόμη, γίνεται ο ακόλουθος έλεγχος υποθέσεων $H_0 : b_1 = b_2 = b_3 \dots = b_k = 0$, έναντι της H_1 : έστω ότι ένας από τους παραπάνω συντελεστές είναι διάφορος του μηδενός. Επειδή, το p-value είναι ίσο με 0,000 απορρίπτω την H_0 και δέχομαι την H_1 ότι δηλαδή οι ανεξάρτητες μεταβλητές ερμηνεύουν την εξίσωση 1 σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%.

Τελειώνοντας, από τα αποτελέσματα συμπεραίνουμε ότι γενικά οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων που θεωρούν ότι οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησής τους συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος γενικά υποστηρίζουν ότι οι πελάτες τους είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον. Αξίζει να σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι, δεν τους ενδιαφέρει το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος.

Εκτίμηση Λογιστικής Παλινδρόμησης για τους Προσδιοριστικούς Παράγοντες της Πιθανότητας Εκδήλωσης Γενικού Ενδιαφέροντος από τον Επιχειρηματία για το Θέμα της Προστασίας του Περιβάλλοντος

Στη συνέχεια, η 2^η εξίσωση με εξαρτημένη μεταβλητή για το αν «θεωρούν ότι αυτούς σαν επιχειρηματίες, τους αφορά γενικότερα το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος». Σκοπός της εκτίμησης της λογιστικής παλινδρόμησης, είναι ο προσδιορισμός της επίδρασης αυτών των παραμέτρων, στην πιθανότητα εκδήλωσης γενικού ενδιαφέροντος από τον επιχειρηματία για το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος. Οι παράγοντες που εξετάστηκαν είναι: το μορφωτικό επίπεδο, η οικογενειακή κατάσταση, τα ετήσια έσοδα της επιχείρησης, η κατηγορία της επιχείρησης, η ένταξη των επιχειρηματιών σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα και η συμμετοχή των επιχειρηματιών στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

ΕΙΣΩΣΗ 2

$$Protect_i = b_0 + b_1New_Educi + b_2New_Family_i + b_3Revenues_i + b_4Commerci + b_5Catering_i + b_6Hoteli + b_7Another_i + b_8Leader_i + b_9Costi + \epsilon_i$$

Όπου:

Protect: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος αφορά τον ερωτώμενο και την τιμή 0 όταν δεν τον αφορά.

New_Educ: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος έχει πανεπιστημιακή μόρφωση και την τιμή 0 όταν δεν έχει.

New_Family: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι παντρεμένος και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

Revenues: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει τα ετήσια έσοδα της επιχείρησης του ερωτώμενου σε €.

Commerc: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση ανήκει στην κατηγορία εμπορικά μαγαζιά και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

Catering: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση ανήκει στην κατηγορία επιχειρήσεις εστίασης και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

Hotel: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση ανήκει στην κατηγορία ξενοδοχεία και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

Another: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση ανήκει σε κατηγορία διαφορετική από τις προηγούμενες που αναφέρθηκαν.

Leader: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση έχει ενταχθεί σε αναπτυξιακό πρόγραμμα και την τιμή 0 όταν δεν έχει ενταχθεί.

Cost: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει τη συχνότητα προθυμίας των ερωτώμενων για συμμετοχή στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

ει: Τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Πίνακας 9: Εκτίμηση Λογιστικής Παλινδρόμησης για την 2^η Εξίσωση.

Ανεξάρτητες Μεταβλητές	Υπόδειγμα II Logit Συντελεστής
Σταθερός Όρος	-0,007 (0,000)
New_Educ	-0,662 (2,563)
New_Family	0,426 (1,113)
Revenues	0,184 (2,118)

Commerc	-0,737 (2,178)
Catering	-0,810 (1,264)
Hotel	-2,108 (2,149)
Another	1,497 (3,120)
Leader	0,397* (5,831)
Cost	-0,007** (0,000)
R ² Cox & Snell	0,107
R ² Nagelkerke	0,159
-2 Log Likelihood	161,752

*Σημείωση: Οι ενδείξεις ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική Z.*

Σε αυτή την περίπτωση, διαπιστώνεται πάλι από το παραπάνω διάγραμμα ότι οι περισσότερες μεταβλητές μορφωτικό επίπεδο, οικογενειακή κατάσταση, ετήσια έσοδα της επιχείρησης και κατηγορία επιχείρησης δεν είναι στατιστικά σημαντικές, τόσο σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%, όσο και σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%. Έτσι, καμία από αυτές τις μεταβλητές δεν επηρεάζει τις απόψεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για το αν θεωρούν ότι αυτούς γενικά σαν επιχειρηματίες τους αφορά το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος.

Ωστόσο, η ένταξη των επιχειρήσεων σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα αποτελεί έναν στατιστικά σημαντικό παράγοντα γενικότερα σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%. Δηλαδή, είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει τις απόψεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας σχετικά με το αν τους αφορά το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει θετικό

πρόσημο το οποίο δηλώνει ότι οι επιχειρήσεις που έχουν ενταχθεί γενικά σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα είναι πιθανότερο να επηρεάζουν τους επιχειρηματίες ως προς το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος.

Επιπλέον, η ποσοτική μεταβλητή που εκφράζει τη συχνότητα προθυμίας των ερωτώμενων για συμμετοχή στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Ο αρνητικός εκτιμώμενος συντελεστής σημαίνει ότι όσοι επιχειρηματίες δέχονται τη συμμετοχή στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν ειδικότερα στην προστασία του περιβάλλοντος γενικά δεν τους ενδιαφέρει καθόλου ως επιχειρηματίες το θέμα της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος.

Ας τονιστεί ότι, το R^2 είναι ο συντελεστής προσδιορισμού κατά Nagelkerke και δείχνει μια σχετικά καλή προσαρμογή των δεδομένων, δηλαδή οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές ερμηνεύουν το 15% της διακύμανσης της εξαρτημένης.

Καταλήγοντας, από τα αποτελέσματα διακρίνουμε ότι οι επιχειρηματίες που είναι πιο πιθανό να ενδιαφέρονται ή αλλιώς να τους αφορά η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος έχουν ενταχθεί παλιότερα ή είναι σήμερα ενταγμένοι σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα. Ακόμη, δυστυχώς δεν δέχονται να συμμετέχουν στο κόστος δημιουργίας υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Εκτίμηση Λογιστικής Παλινδρόμησης για τους Προσδιοριστικούς Παράγοντες της Πιθανότητας Κερδοφορίας της Επιχείρησης

Παράλληλα, η 3^η εξίσωση με εξαρτημένη μεταβλητή για το αν «θεωρούν την επιχείρησή τους είναι κερδοφόρα». Σκοπός της εκτίμησης της συγκεκριμένης παλινδρόμησης, είναι ο προσδιορισμός της επίδρασης αυτών των παραμέτρων, στην πιθανότητα κερδοφορίας της επιχείρησης. Η επιλογή της συγκεκριμένης ερώτησης έχει ως σκοπό να αναδείξει τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων ως προς την οικονομία. Οι παράγοντες που εξετάστηκαν είναι: το φύλο, το μορφωτικό επίπεδο, η οικογενειακή κατάσταση, τα ετήσια έσοδα της επιχείρησης, τα χρόνια που λειτουργεί η επιχείρηση, το βασικό κίνητρο για την έναρξη της επιχείρησης, την περίοδο που η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη, η εφαρμογή του marketing συμβάλει

στην αύξηση των πωλήσεων και τέλος, το πιο σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει σήμερα μια επιχείρηση. Για να επιτευχθεί η εκτίμηση αυτής της παλινδρόμησης χρησιμοποιήθηκε η λογιστική παλινδρόμηση.

ΕΙΣΩΣΗ 3

$$\begin{aligned} \text{Profiti} = & b_0 + b_1\text{Gender}_i + b_2\text{New_Educ}_i + b_3\text{New_Family}_i + b_4\text{Revenues}_i + b_5\text{Years}_i \\ & + b_6\text{Economic}_i + b_7\text{Identifi}_i + b_8\text{Other}_i + b_9\text{Autumni}_i + b_{10}\text{Winter}_i + b_{11}\text{Summer}_i + \\ & b_{12}\text{Spring}_i + b_{13}\text{Days}_i + b_{14}\text{Sales}_i + b_{15}\text{Competi}_i + b_{16}\text{Innovati}_i + b_{17}\text{Financing}_i + \\ & b_{18}\text{Behavior}_i + \varepsilon_i \end{aligned}$$

Όπου:

Profit: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος θεωρεί την επιχείρησή του κερδοφόρα και την τιμή 0 όταν θεωρεί το αντίθετο.

Gender: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι άνδρας και την τιμή 0 όταν είναι γυναίκα.

New_Educ: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος έχει πανεπιστημιακή μόρφωση και την τιμή 0 όταν δεν έχει.

New_Family: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν ο ερωτώμενος είναι παντρεμένος και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

Revenues: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία εκφράζει τα ετήσια έσοδα της επιχείρησης του ερωτώμενου σε €.

Years: Ποσοτική Μεταβλητή, η οποία αναφέρεται στα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης.

Economic: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το βασικό κίνητρο για την έναρξη της επιχείρησης είναι οι οικονομικοί λόγοι και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

Identif: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το βασικό κίνητρο για την έναρξη της επιχείρησης είναι οι κοινωνικοί λόγοι και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

Other: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το βασικό κίνητρο έναρξης της επιχείρησης ανήκει σε μια κατηγορία διαφορετική από τις προηγούμενες που αναφέρθηκαν.

Autumn: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη της το φθινόπωρο και την τιμή 0 σε άλλη χρονική περίοδο του έτους.

Winter: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη της το χειμώνα και την τιμή 0 σε άλλη χρονική περίοδο του έτους.

Summer: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη της το καλοκαίρι και την τιμή 0 σε άλλη χρονική περίοδο του έτους.

Spring: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη της την άνοιξη και την τιμή 0 σε άλλη χρονική περίοδο του έτους.

Days: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη της, είτε σε αργίες, είτε σε εορτές και την τιμή 0 στην αντίθετη περίπτωση.

Sales: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν η εφαρμογή του marketing συμβάλλει στην ανάπτυξη των πωλήσεων της επιχείρησης και την τιμή 0 όταν δεν συμβάλλει.

Compet: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το σημαντικότερο πρόβλημα της επιχείρησης είναι ο τοπικός ανταγωνισμός και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

Innovat: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το σημαντικότερο πρόβλημα της επιχείρησης είναι η έλλειψη καινοτομίας και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

Financing: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το σημαντικότερο πρόβλημα της επιχείρησης είναι η μη πρόσβαση σε χρηματοδότηση και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

Behavior: Ψευδομεταβλητή που λαμβάνει την τιμή 1 όταν το σημαντικότερο πρόβλημα της επιχείρησης είναι η μεταβολή συμπεριφοράς των πελατών και την τιμή 0 όταν δεν είναι.

ει: Τα σφάλματα εκτίμησης της παλινδρόμησης.

Πίνακας 10: Εκτίμηση Λογιστικής Παλινδρόμησης για την 3^η Εξίσωση.

Ανεξάρτητες Μεταβλητές	Υπόδειγμα III Logit Συντελεστής
Σταθερός Όρος	3,262*** (9,759)
Gender	-0,309 (0,591)
New_Educ	-0,418 (1,029)
New_Family	-0,685* (2,843)
Revenues	0,552*** (13,300)
Years	-0,010 (0,268)
Economic	-1,379** (5,551)
Identif	-1,066 (1,376)
Autumn	-0,593 (1,621)
Winter	0,288 (0,384)
Summer	-0,125 (0,071)

Spring	0,425 (0,826)
Days	0,251 (0,121)
Sales	-1,257* (4,564)
Compet	-0,362 (0,575)
Innovat	-0,767 (1,423)
Financing	-1,157** (5,288)
Behavior	-0,929* (3,174)
R ² Cox & Snell	0,201
R ² Nagelkerke	0,271
-2 Log Likelihood	180,953

*Σημείωση: Οι ενδείξεις ***, ** και * υποδηλώνουν στατιστική σημαντικότητα σε ποσοστό 1%, 5% και 10% αντίστοιχα. Στις παρενθέσεις παρουσιάζεται η στατιστική Z.*

Εν συνεχεία, πάλι φαίνεται από το παραπάνω διάγραμμα ότι οι περισσότερες μεταβλητές φύλο, μορφωτικό επίπεδο, χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης, οι κοινωνικοί λόγοι ως βασικό κίνητρο για την έναρξη της επιχείρησης, άλλοι λόγοι για την έναρξη της επιχείρησης, η περίοδο που η επιχείρηση σημειώνει τα περισσότερα κέρδη, ο τοπικός ανταγωνισμός και η έλλειψη καινοτομίας σήμερα ως σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση δεν είναι στατιστικά σημαντικές σε οποιοδήποτε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%, 5% και 10%. Με αυτόν τον τρόπο, καμία από αυτές τις μεταβλητές δεν επηρεάζει τις απόψεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για το αν θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα.

Αναμφίβολα, η μεταβλητή για την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων είναι μια ψευδομεταβλητή, η οποία είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 10%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο το οποίο φανερώνει ότι σήμερα οι παντρεμένοι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα είναι πιθανότερο να μην θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα σε σχέση με τις υπόλοιπες κλίμακες οικογενειακής κατάστασης.

Έπειτα, ας τονιστεί η ποσοτική μεταβλητή που αναφέρεται στα ετήσια έσοδα της επιχείρησης καθώς είναι ένας στατιστικά σημαντικός παράγοντας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 1%. Ο θετικός εκτιμώμενος συντελεστής υποδεικνύει ότι όσο αυξάνονται τα ετήσια έσοδα της επιχείρησης, τόσο πιο πιθανό είναι οι επιχειρηματίες να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα.

Σχετικά, με τη ψευδομεταβλητή που δηλώνει ότι το βασικό κίνητρο για την έναρξη μιας επιχείρησης είναι οικονομικοί λόγοι ας επισημανθεί ότι είναι μια στατιστικά σημαντική σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%. Ο εκτιμώμενος συντελεστής έχει αρνητικό πρόσημο το οποίο δείχνει ότι οι επιχειρηματίες που ξεκίνησαν την επιχείρησή τους με βασικό κίνητρο τους οικονομικούς λόγους είναι λιγότερο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα.

Ακόμη, η μεταβλητή που υποδεικνύει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στις μέρες μας που χρησιμοποιούν marketing έχουν περισσότερες πωλήσεις από αυτές που δεν χρησιμοποιούν, είναι μια ψευδομεταβλητή, η οποία είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10%. Έχει εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι, οι επιχειρήσεις οι οποίες χρησιμοποιούν marketing είναι λιγότερο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα σε σχέση με αυτές που δεν χρησιμοποιούν, πράγμα που δε βρίσκει σύμφωνους τους Arun et al (2010).

Επιπρόσθετα, η ψευδομεταβλητή που διατυπώνει ότι σήμερα το σημαντικότερο πρόβλημα της επιχείρησης είναι η μη πρόσβαση σε χρηματοδότηση είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 5% και έχει εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Με άλλα λόγια, οι επιχειρηματίες που υποστηρίζουν ότι το πιο σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η επιχείρησή τους είναι η μη πρόσβαση σε χρηματοδότηση είναι λιγότερο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα.

Ωστόσο, με τη ψευδομεταβλητή που εκφράζει τη μεταβολή συμπεριφοράς πελατών ως το πιο σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η επιχείρηση. Είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο σημαντικότητας 10% και έχει εκτιμώμενο συντελεστή με αρνητικό πρόσημο. Αυτό σημαίνει ότι, οι επιχειρηματίες που θεωρούν ότι το πιο σημαντικό πρόβλημα στις μέρες μας που αντιμετωπίζει η επιχείρησή τους είναι η μεταβολή συμπεριφοράς των πελατών είναι λιγότερο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα.

Ας τονιστεί ότι, το R^2 είναι ο συντελεστής προσδιορισμού κατά Nagelkerke και δείχνει μια καλή προσαρμογή των δεδομένων, δηλαδή οι συγκεκριμένες ανεξάρτητες μεταβλητές ερμηνεύουν το 27% της διακύμανσης της εξαρτημένης.

Τέλος, από τα αποτελέσματα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων που είναι πιο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα δεν είναι παντρεμένοι. Όσο αυξάνονται τα ετήσια έσοδα της επιχείρησης, τόσο πιο πιθανό είναι οι επιχειρηματίες να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα. Ακόμη, οι επιχειρηματίες δεν ξεκίνησαν την επιχείρησή τους με βασικό κίνητρο τους οικονομικούς λόγους. Ταυτόχρονα, οι ερωτηθέντες δηλώνουν ότι οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν marketing, είναι λιγότερο πιθανό να θεωρηθούν κερδοφόρες σε σχέση με αυτές που δεν χρησιμοποιούν. Εν κατακλείδι, λιγότερο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα είναι αυτοί που δηλώνουν ότι από τα πιο σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η επιχείρησή τους είναι η μη πρόσβαση σε μορφή χρηματοδότησης και η μεταβολή συμπεριφοράς των πελατών της επιχείρησης.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Ο σκοπός της παρούσας διπλωματικής μελέτης ήταν να διερευνηθεί η συμβολή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη των πόλεων. Ως μελέτη περίπτωσης επιλέχθηκε ο Νομός Άρτας. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού τέθηκαν επιμέρους στόχοι, όπως η αναζήτηση των ατόμων που απασχολεί η κάθε μικρομεσαία επιχείρηση στην πόλη, η καταγραφή των ετήσιων εσόδων της επιχείρησης καθώς και των κατηγοριών που ανήκει η μικρομεσαία επιχείρηση στην πόλη της Άρτας.

Βέβαια, υπήρχαν και άλλοι στόχοι, όπως η διερεύνηση των απόψεων των ιδιοκτητών της κάθε μικρομεσαίας επιχείρησης για το αν πιστεύουν ότι είναι ενημερωμένοι σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής τους, ως προς τα μέτρα που πήρε ή όχι η κάθε επιχείρηση για να διασφαλίσει τη γενικότερη συμβολή της, στην προστασία του περιβάλλοντος αλλά και ως προς το πώς ορίζουν κατά τη γνώμη τους τη βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής.

Αρχικά, όπως προέκυψε από την έρευνα στο Νομό Άρτας δεν υπάρχουν πάρα πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ οι περισσότερες από αυτές στις μέρες είναι συγκεντρωμένες στην πόλη της Άρτας. Μάλιστα, αξίζει να αναφερθεί ότι οι πιο πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις λειτουργούν από 1 έως 10 χρόνια με ετήσια έσοδα που κυμαίνονται από 4.001 € έως 10.000 €. Το συμπέρασμα αυτό, επιβεβαιώνεται και από την έρευνα που έγινε στην περιοχή με τη διανομή 160 ερωτηματολογίων καθώς το 41,9% των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων δηλώνει περίπου τόσα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησής τους, ενώ η μεγάλη πλειοψηφία τους ισχυρίζεται όσο αφορά τα ετήσια έσοδα της επιχείρησής τους ότι δεν ξεπερνούν τα 10.000 €.

Παράλληλα, οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις της πόλης ανήκουν στην κατηγορία των εμπορικών μαγαζιών και γενικότερα η συντριπτική πλειοψηφία των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων νοικιάζουν το χώρο που στεγάζεται σήμερα η επιχείρησή τους. Σχεδόν, όλοι οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων της πόλης απασχολούν δυστυχώς από 0 έως 2 άτομα στην μικρομεσαία επιχείρησή τους, ενώ οι περισσότεροι τονίζουν ότι το βασικότερο κίνητρο που ξεκίνησαν την μικρομεσαία επιχείρησή τους ήταν οι οικονομικοί λόγοι. Ακόμη, δεν σκέφτονται να προσλάβουν και άλλο προσωπικό μελλοντικά στην επιχείρησή τους, απασχολούνται γενικά στην επιχείρηση, τόσο οι ίδιοι, όσο και τα μέλη της οικογένειάς τους.

Αξίζει να τονιστεί το γεγονός ότι, αν τα άτομα που απασχολεί η μικρομεσαία επιχείρηση είναι εκτός οικογένεια σε μεγάλη πλειοψηφία είναι αναμφίβολα ντόπιο εργατικό δυναμικό. Βέβαια, η έδρα της μικρομεσαίας επιχείρησης ταυτίζεται με τη μόνιμη κατοικία του ιδιοκτήτη της, ενώ η επιχείρηση τις πιο πολλές φορές δεν απασχολεί κάποιο άτομο σε διοικητική θέση manager. Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι, υφίσταται κάποια μορφή προβολής ή διαφήμισης της επιχείρησης και κατά διαστήματα γίνονται επαφές ή συζητήσεις για θέματα σχετικά με τη μελλοντική πορεία της μικρομεσαίας επιχείρησης.

Επιπρόσθετα, οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων της πόλης πιστεύουν ότι οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν marketing έχουν περισσότερες πωλήσεις από αυτές που δεν χρησιμοποιούν και δεν μπορούν να ανταγωνιστούν στις μέρες μας τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου τους. Από την άλλη μεριά, είναι ικανοποιημένοι που άνοιξαν τη δική τους επιχείρηση, θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα και δηλώνουν πως τους αφορά γενικότερα το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος. Οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις της πόλης λειτουργούν όλο το χρόνο και σημειώνουν υψηλότερα κέρδη το καλοκαίρι.

Συνεχίζοντας, η εμπειρική έρευνα έδειξε ότι οι επιχειρηματίες θα ήθελαν να ενταχθεί η επιχείρησή τους σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα και αναφέρουν ότι το σημαντικότερο πρόβλημα της επιχείρησής τους είναι ο τοπικός ανταγωνισμός. Όσο αφορά, τον αριθμό των πελατών που εξυπηρετούν καθημερινά η μεγάλη πλειοψηφία δηλώνει ότι είναι έως 50 άτομα και θεωρούν ότι οι πελάτες τους δεν είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες, στην μικρομεσαία επιχείρησή φιλικές προς το περιβάλλον. Φυσικά, υποστηρίζουν ότι οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησής τους δεν συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος.

Ωστόσο, οι πιο πολλοί ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων εκφράζουν την προθυμία τους να συμμετέχουν στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος. Γενικά, θα ήθελαν να κάνουν χρήση / κατανάλωση / προώθηση βιολογικών προϊόντων στην επιχείρησή τους και να χρησιμοποιούν οικολογικά καθαριστικά στην επιχείρησή τους για να προστατεύσουν το περιβάλλον. Δυστυχώς, λυπηρό είναι το γεγονός ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις

μιας κατεξοχήν αγροτικής περιοχής, όπως είναι η πόλη της Άρτας, χρησιμοποιούν στην επιχείρησή τους εισαγόμενα προϊόντα.

Επιπλέον, με βάση τα στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων δηλώνουν ότι η επιχείρησή τους δεν πήρε πρόσφατα οποιοδήποτε μέτρο, που να διασφαλίζει τη συμβολή της στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Μολονότι, από τις απαντήσεις των επιχειρηματιών προκύπτει ότι οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν έχουν πάρει οποιοδήποτε μέτρο για τη συμβολή τους στην προστασία του περιβάλλοντος υπάρχουν και κάποιοι βέβαιοι που ισχυρίζονται ότι με τη βοήθεια ιδίων πόρων, δηλαδή προσωπικών ή οικογενειακών οικονομιών, πήραν κάποιο μέτρο για να μειώσουν την επιβάρυνση του φυσικού περιβάλλοντος. Οι ίδιοι πόροι χρησιμοποιήθηκαν ως πηγές χρηματοδότησης για την εφαρμογή του συγκεκριμένου μέτρου.

Καταλήγοντας, οι περισσότεροι επιχειρηματίες θεωρούν ότι κατά τη γνώμη τους η βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής ορίζεται ως μια οικονομική δραστηριότητα με σεβασμό στο περιβάλλον. Εξίσου, αξίζει σε αυτό το σημείο να αναφερθεί ότι αξιοπρόσεκτη είναι η άποψη, που υποστηρίζει η μεγαλύτερη πλειοψηφία τους ότι δεν είναι ενημερωμένοι σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής του Νομού Άρτας.

Μερικά από τα αποτελέσματα της έρευνας που προκύπτουν από τις εκτιμήσεις των οικονομετρικών υποδειγμάτων, δηλαδή τις παλινδρομήσεις, συμφωνούν σε μερικά σημεία με προηγούμενες μελέτες που έχουν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν για άλλες χώρες. Παρόλο που, πάρα πολλές ερμηνευτικές μεταβλητές θεωρήθηκαν από τις αναλύσεις των παλινδρομήσεων ότι δεν ήταν στατιστικά σημαντικές στα επίπεδα στατιστικής σημαντικότητας 1%, 5% και 10%, υπήρχαν και μερικές που ήταν στατιστικά σημαντικές. Τελικά, με βάση τα στοιχεία που προέκυψαν από την έρευνα διατυπώνονται τα αποτελέσματα αυτών των βασικών ερμηνευτικών μεταβλητών.

Αρχικά, από τα αποτελέσματα της πρώτης παλινδρόμησης διακρίνεται ότι οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Άρτας, που θεωρούν ότι οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησής τους συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος γενικά υποστηρίζουν ότι οι πελάτες τους είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες φιλικές προς το περιβάλλον. Αξίζει να

σημειωθεί σε αυτό το σημείο ότι, δεν τους ενδιαφέρει το θέμα της προστασίας του φυσικού περιβάλλοντος.

Όσο αφορά, τα αποτελέσματα της δεύτερης παλινδρόμησης δείχνουν ότι οι επιχειρηματίες που είναι πιο πιθανό να ενδιαφέρονται ή αλλιώς να τους αφορά η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος έχουν ενταχθεί παλιότερα ή είναι σήμερα ενταγμένοι σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα. Επιπρόσθετα, ας αναφερθεί ότι δυστυχώς δεν δέχονται να συμμετέχουν στο κόστος δημιουργίας υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος.

Συμπερασματικά, από τα αποτελέσματα της τρίτης παλινδρόμησης τονίζεται ότι οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων που είναι πιο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα δεν είναι παντρεμένοι. Όσο αυξάνονται τα ετήσια έσοδα της επιχείρησης, τόσο πιο πιθανό είναι οι επιχειρηματίες να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα. Ταυτόχρονα, οι επιχειρηματίες δεν ξεκίνησαν την επιχείρησή τους με βασικό κίνητρο τους οικονομικούς λόγους. Φυσικά, οι ερωτηθέντες δηλώνουν ότι οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν marketing, είναι λιγότερο πιθανό να θεωρηθούν κερδοφόρες σε σχέση με αυτές που δεν χρησιμοποιούν.

Εν κατακλείδι, εξίσου σημαντικό είναι ένα ακόμη αποτέλεσμα της τελευταίας εξίσωσης ότι λιγότερο πιθανό να θεωρούν την επιχείρησή τους κερδοφόρα είναι αυτοί που ισχυρίζονται ότι από τα πιο σημαντικά προβλήματα, που αντιμετωπίζει η επιχείρησή τους είναι η μη πρόσβαση σε μορφή χρηματοδότησης και η μεταβολή συμπεριφοράς των πελατών της επιχείρησης.

Τελειώνοντας, από την εμπειρική ερευνα που πραγματοποιήθηκε στο πλαίσιο εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας πρόκυψαν συμπεράσματα από τις παλινδρομήσεις που φανερώνουν ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν συμβάλλουν σε ικανοποιητικό βαθμό στη βιώσιμη ανάπτυξη της Άρτας. Παράλληλα, αξίζει να επισημανθεί το γεγονός ότι, από τις απαντήσεις των ιδιοκτητών μικρομεσαίων επιχειρήσεων διαπιστώθηκε επίσης, πως πολλοί είναι οι επιχειρηματίες οι οποίοι είναι αρκετά ευαισθητοποιημένοι στα θέματα βιωσιμότητας της περιοχής τους. Ωστόσο, ισχυρίζονται ότι δεν είναι σωστά ενημερωμένοι σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της Άρτας. Τέλος, θα πρέπει να γίνει κατανοητό σε όλους τους κατοίκους του Νομού Άρτας, ότι η ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΙΝΑΙ ΥΠΟΘΕΣΗ ΟΛΩΝ!!!!

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αλμπέρτου, Α. (2010), «Εξαγωγικό Εμπόριο και Εξαγωγικό Marketing με την Χρήση Διαδικτύου από τις Ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις», Διδακτορική Διατριβή, Θεσσαλονίκη
- Αράπογλου, Τ. (2008), «Η Συμβολή του Τραπεζικού Συστήματος στην Ελληνική Οικονομία», Ελληνική Ένωση Τραπεζών, Αθήνα
- Γαλάνης, Β. (2000), «Η Λειτουργία των Σύγχρονων Χρηματοοικονομικών Θεσμών στη Χώρα μας», εκδ. Σταμούλη, Αθήνα
- Γεωργιάδης, Α. (2000), «Νέες Μορφές Συμβάσεως της Σύγχρονης Οικονομίας: Leasing, Factoring, Forfaiting, Franchising», εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα
- Γεωργιάδης, Α. (2008), «Νέες Μορφές Συμβάσεων της Σύγχρονης Οικονομίας», εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα
- Γεωργογιάννης, Π. (2007), «Άρτα - Ιστορία και Πολιτισμός 1881 - 2006», Άρτα
- Γιαννέλος, Κ. (2001), «Τα Βυζαντινά Μνημεία της Άρτας», εκδ. Εντύψεις, Άρτα
- Γκανέτσου και Φρονίστα (1995), «Venture Capital - Μια Ανασκόπηση», Δελτίον της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, σελ. 78 - 84
- Δήμοι Νομού Άρτας, (2016)
- Διαμαντοπούλου, Ε. (2010), «Κίνητρα και Εμπόδια για την Εφαρμογή Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης (Σ.Π.Δ.) στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις», Icon International Training, Vol. 11, pp. 21-29
- Ελληνική Στατιστική Αρχή ή ΕΛ. ΣΤΑΤ., (2016)

- Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (2009), «Χρηματοδότηση μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων», Μελέτη, Αθήνα
- Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα, Ε.Σ.Π.Α., (2014 - 2020)
- Ευθύμογλου, Π. Μπάλλας, Α. (1995), «Χρηματοδοτικοί Οργανισμοί και Αγορές», εκδ. Μπένου, Αθήνα
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2013)
- Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων (2009), «Χρηματοδότηση Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων», Αθήνα
- Κανελόπουλος, Χ. (2000), «Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα», Αθήνα
- Κασελούρης, Λ. (1980), «Ιστορικά και Λαογραφικά της Άρτας», Αθήνα
- Κιόχος, Θ. (2002), «Χρηματοδότηση των Επιχειρήσεων», εκδ. Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα
- Κολώνα, Χ. (2013), «11 Πηγές Χρηματοδότησης για Δάνεια προς Επιχειρήσεις, Ημερησία, Αθήνα
- Μηλιαράκης, Π. (2009), «Η Έννοια των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και τα Προβλήματα», Εφημερίδα "Η Πολιτική στο Προσκήνιο", Αθήνα
- Μητούλα, Ρ. (2008), «Βιώσιμη Ανάπτυξη», εκδ. Rosili, Αθήνα
- Μητούλα, Ρ. (2006), «Βιώσιμη Περιφερειακή Ανάπτυξη στην Ευρωπαϊκή Ένωση και Ανασυγκρότηση του Ελληνικού Αστικού Περιβάλλοντος», εκδ. Σταμούλη, Αθήνα
- Μητσιόπουλος, Ι. (1992), «Χρηματοδοτική Μίσθωση, μια Σύγχρονη Μορφή Χρηματοδότησης», εκδ. Σμπίλιας, Αθήνα
- Μυλωνάς, Π. Τζάκου - Λαμπροπούλου, Ν. (2014), «Έρευνα Συγκυρίας: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις», Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας, Αθήνα

- Μωράτης, Φ. (2005), «Το 99% των Ελληνικών Επιχειρήσεων είναι Μικρομεσαίες», Επιστημονικό Marketing, Αθήνα
- Παλάσκας, Θ. (2003), «Ανταγωνιστικότητα, Απασχόληση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα και την Ε.Ε.», εκδ. Σιδέρης, Αθήνα
- Παυλόπουλος, Γ. (2007), «Τουριστικά Καταλύματα Μικρού και Μεσαίου Μεγέθους: Ρόλος, Προοπτικές, Μέτρα», εκδ. Τουμπής, Αθήνα
- Περιφερειακή Ενότητα Νομού Άρτας, (2016)
- Πετράκης, Π. (2004), «Η Επιχειρηματικότητα», εκδ. Πετράκης, Αθήνα
- Ρεπούσης, Σ. (2007), «Επενδύσεις Μέσω Δ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης», εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα
- Σμυρνής, Ν. (2008), «Η Μικρή Επιχείρηση στην Ελλάδα», Μηνιαίο Οικονομικό περιοδικό Χρήμα, Αθήνα
- Στρατή, Κ. (1969), «Χρονικό Άρτης, Φως εις την Ιστορία των Μνημείων», Άρτα
- Σχισμένος, Α. (2000), «Το Γεφύρι της Άρτας Μύθοι - Θρύλοι - Παραδόσεις, Ιστορία και Πραγματικότητα», Άρτα
- Τακόπουλος, Α. (2009), «Μορφές Χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Specisoft
- Τομάρας, Π. (2009), «Εισαγωγή στο Marketing και στην Έρευνα Αγοράς», εκδ. Σταμούλη, Αθήνα
- Τραχανάς, Κ. (2006), «Η Ιστορία της Αμβρακίας και της Άρτας», Άρτα
- Χανδρινός, Σ. Αλτίνογλου, Κ. Πέπε, Α. (2005), «Εξέλιξη των Μ.Μ.Ε. στη Χώρα μας. Εκτίμηση και Σύγκριση της Αποδοτικότητας και Ευελιξίας των Μ.Μ.Ε. και των Μεγάλων Μεταποιητικών Παραγωγικών Μονάδων», Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών, Αθήνα
- Χατζηγεωργίου, Θ. (1962), «Το Δεσποτάτο της Ηπείρου», Αθήνα

- Χουλιάρας Β. (2001), «Βασικές Αρχές Χρηματοδότησης Επιχειρήσεων», εκδ. Βακάλη, Αθήνα
- Ψιρμάνη - Βούλγαρη, Φ. Ζοπουνίδης, Κ. (2000), «Χρηματοοικονομική Στρατηγική Μ.Μ.Ε. στην Ελλάδα», εκδ. Κλειδάριθμος, Αθήνα
- Ψυχομάνης, Σ. (1996), «Το Factoring ως Σύμβαση Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων», εκδ. Σάκκουλα, Θεσσαλονίκη

Ξένη Βιβλιογραφία

- Arun, S. Gopalkrishnan, R. Anuj, M. Krishnan, R. (2010), “Sustainability and Business - to - Business Marketing: A Framework and Implications”, Industrial Marketing Management , Vol. 39, pp. 330-341
- Becchetti, L. Trovato, G. (2001), “The Determinants of Growth for Small and Medium Sized Firms. The Role of the Availability of External Finance”, Research in Economics, Vol. 18, pp. 1-32
- Carlsson, B. (1989), “The Evolution of Manufacturing Technology and it’s Impact on Industrial Structure: An International Study”, Small Business Economics, Vol. 1, Is. 1, pp. 21-38
- Carson, D. (1985), “The Evolution of Marketing in Small Firms”, European Journal of Marketing, Vol. 19, Is. 5, pp. 7-16
- Deakins, D. Freel, M. (2007), «Επιχειρηματικότητα», εκδ. Κριτική, Αθήνα
- European Commission (2013), «Enterprise and Industry Greece», Ενημερωτικό Δελτίο, SBA
- Fernandez, Z. Nieto, M. (2005), “Internationalization Strategy of Small and Medium - Sized Family Businesses: Some Influential Factors”, Family Business Review, Vol. 16, pp. 77- 89
- Foster, J. McChesney, R. and Jonna J. (2011), “Monopoly and Competition in Twenty - First Century Capitalism”, Monthly Review, Vol. 62, Is. 11

- Gilman, M. Raby, S. (2012), “National Context as a Predictor of Highperformance Work System Effectiveness in Small - to - Medium - Sized Enterprises (SMEs): A UK - French Comparative Analysis”, *The International Journal of Human Resource Management*, Vol. 24, Is. 2, pp. 372-390
- Gilmore, A. Carson, D. Grant, K. (2001), “SME Marketing in Practice”, *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 19, Is. 1, pp. 6-11
- Giselle W. (2010), “The Sustainable MBA: The Manager’s Guide to Green Business”, Kindle
- Hulbert, B. Gilmore, A. Carson, D. (2010), “Sources of Opportunities Used by Growth Minded Owner Managers of Small and Medium Sized Enterprises”, *International Business Review*, Vol. 22, pp. 293-303
- Johnson, H. Arya, B. Mirchandani, A. (2012), “Global Integration Strategies of Small and Medium Multinationals: Evidence from Taiwan”, *Journal of World Business*, Vol. 48, pp. 47-57
- Mateev, M. Poutziouris, P. Ivanov, K. (2011), “On the Determinants of SME Capital Structure in Central and Eastern Europe: A Dynamic Panel Analysis”, *Research in International Business and Finance*, Vol. 27, pp. 28-51
- Shah, K. (2011), “Strategic Organizational Drivers of Corporate Environmental Responsibility in the Caribbean Hotel Industry”, *Springer Science and Business Media*, Vol. 44, Is. 10, pp. 321-344
- Shirokova, G. Vega, G. Sokolava, L. (2013), “Performance of Russian SMEs: Exploration, Exploitation and Strategic Entrepreneurship”, *Critical Perspectives on International Business*, Vol. 9, pp. 173-203
- Tilley, F. (1999), “Small - Firm Environmental Strategy: The UK Experience”, *Greenleaf Publishing Ltd*, pp. 1-14
- Wang, Y. Chen, S. Lee, Y. Tsai, C. (2013), “Developing Green Management Standards for Restaurants: An Application of Green Supply Chain

Management”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 34, pp. 263-273

- Wiklund, J. Shepherd, D. (2003), “Knowledge - Based Resources, Entrepreneurial Orientation and the Performance of Small and Medium - Sized Businesses”, *Strategic Management Journal*, Vol. 24, pp. 1307-1314
- Wolf, J. (2012), “Improving the Sustainable Development of Firms: The Role of Employees”, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 22, pp. 92-108

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΙΚΩΝ ΜΕΤΡΩΝ

Περιγραφικά Μέτρα

Μεταβλητές	Αριθμός Παρατηρήσεων	Ελάχιστο	Μέγιστο	Μέσος Όρος	Τυπική Απόκλιση
Gender	160	0	1	,50	,502
Age	160	0	4	2,19	,899
Educ	160	0	6	3,25	1,144
Family	160	0	3	,46	,653
Years	160	1	50	15,59	10,161
Revenues	160	0	5	2,38	1,597
Income	160	0	5	1,61	1,229
Commerc	160	0	1	,61	,489
Catering	160	0	1	,11	,309
Hotel	160	0	1	,02	,136
Another	160	0	1	,26	,441
Space	160	0	1	,65	,478
Rent	160	-9	10	-1,38	5,881
Staff	160	0	70	1,62	5,698
Economic	160	0	1	,76	,427
Identif	160	0	1	,06	,243
Other	160	0	1	,18	,381
Employ	160	0	1	,18	,386
You	160	0	1	,31	,462
Members	160	0	1	,52	,501
Foreign	160	0	1	,28	,448
Local	160	-9	1	-6,31	4,383
Domestic	160	-9	1	-6,48	4,118
Strange	160	-9	1	-6,50	4,075
Manager	160	0	1	,13	,339
Discuss	160	0	1	,74	,441
Home	160	0	1	,74	,441
Advertis	160	0	1	,55	,499
Sales	160	0	1	,87	,339
BigBusin	160	0	1	,33	,472
Satisfied	160	0	1	,73	,448
Profit	160	0	1	,59	,494
Protect	160	0	1	,75	,434
AllYear	160	0	1	,99	,111
Season	160	0	1	,01	,111
Autumn	160	0	1	,29	,454
Winter	160	0	1	,36	,482

Summer	160	0	1	,44	,498
Spring	160	0	1	,25	,434
Days	160	0	1	,10	,301
Leader	160	0	1	,12	,325
Program	160	0	1	,71	,457
Compet	160	0	1	,43	,497
Innovat	160	0	1	,11	,309
Financing	160	0	1	,43	,496
Behavior	160	0	1	,27	,445
Customer	160	1	500	58,08	77,212
Pay	160	1	5	1,93	,962
Degradat	160	1	5	1,76	1,012
Cost	160	1	5	3,19	1,294
Products	160	1	5	3,41	1,434
Cleaner	160	1	5	4,14	1,109
Area	160	0	1	,42	,495
Native	160	0	1	,43	,497
Imported	160	0	1	,46	,500
Biologic	160	0	1	,14	,352
Measure	160	0	1	,28	,448
Reduce	160	-9	3	-6,39	4,284
Activity	160	0	1	,21	,406
Respect	160	0	1	,58	,495
Environm	160	0	1	,08	,274
Social	160	0	1	,14	,352
Informed	160	0	1	,41	,493
Valid N (listwise)	160				

ΠΙΝΑΚΕΣ ΣΥΧΝΟΤΗΤΩΝ

Πίνακας 1

Κατανομή Συχνοτήτων για το Φύλο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	80	50,0	50,0	50,0
Valid 1	80	50,0	50,0	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 2

Κατανομή Συχνοτήτων για την Ηλικία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	5	3,1	3,1	3,1
1	30	18,8	18,8	21,9
Valid 2	62	38,8	38,8	60,6
3	56	35,0	35,0	95,6
4	7	4,4	4,4	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 3

Κατανομή Συχνοτήτων για το Μορφωτικό Επίπεδο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	3	1,9	1,9	1,9
1	10	6,3	6,3	8,1
2	19	11,9	11,9	20,0
Valid 3	59	36,9	36,9	56,9
4	53	33,1	33,1	90,0
5	13	8,1	8,1	98,1
6	3	1,9	1,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 4

Κατανομή Συχνοτήτων για την Οικογενειακή Κατάσταση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	99	61,9	61,9	61,9
1	49	30,6	30,6	92,5
Valid 2	11	6,9	6,9	99,4
3	1	,6	,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 5

**Κατανομή Συχνοτήτων για τα Χρόνια Λειτουργίας της
Επιχείρησης**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
1	5	3,1	3,1	3,1
2	3	1,9	1,9	5,0
3	2	1,3	1,3	6,3
4	4	2,5	2,5	8,8
5	14	8,8	8,8	17,5
6	5	3,1	3,1	20,6
7	6	3,8	3,8	24,4
8	3	1,9	1,9	26,3
9	1	,6	,6	26,9
10	24	15,0	15,0	41,9
Valid 11	4	2,5	2,5	44,4
12	3	1,9	1,9	46,3
13	1	,6	,6	46,9
14	2	1,3	1,3	48,1
15	15	9,4	9,4	57,5
16	3	1,9	1,9	59,4
17	3	1,9	1,9	61,3
18	4	2,5	2,5	63,8
20	23	14,4	14,4	78,1
21	2	1,3	1,3	79,4
22	3	1,9	1,9	81,3
23	2	1,3	1,3	82,5

25	5	3,1	3,1	85,6
26	1	,6	,6	86,3
27	1	,6	,6	86,9
28	1	,6	,6	87,5
29	2	1,3	1,3	88,8
30	5	3,1	3,1	91,9
32	1	,6	,6	92,5
33	1	,6	,6	93,1
34	3	1,9	1,9	95,0
35	2	1,3	1,3	96,3
40	3	1,9	1,9	98,1
45	1	,6	,6	98,8
50	2	1,3	1,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 6

Κατανομή Συχνοτήτων για τα Έσοδα της Επιχείρησης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	11	6,9	6,9	6,9
1	52	32,5	32,5	39,4
2	34	21,3	21,3	60,6
Valid 3	20	12,5	12,5	73,1
4	15	9,4	9,4	82,5
5	28	17,5	17,5	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 7

Κατανομή Συχνοτήτων για το Καθαρό Μηνιαίο Ατομικό Εισόδημα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	24	15,0	15,0	15,0
Valid 1	63	39,4	39,4	54,4
2	45	28,1	28,1	82,5
3	14	8,8	8,8	91,3

4	7	4,4	4,4	95,6
5	7	4,4	4,4	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 8

Κατανομή Συχνοτήτων για την Κατηγορία που ανήκει η Επιχείρηση

Εμπορικά Μαγαζιά

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	62	38,8	38,8	38,8
Valid 1	98	61,3	61,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Επιχειρήσεις Εστίασης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	143	89,4	89,4	89,4
Valid 1	17	10,6	10,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Ξενοδοχεία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	157	98,1	98,1	98,1
Valid 1	3	1,9	1,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Άλλη Κατηγορία

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	118	73,8	73,8	73,8
Valid 1	42	26,3	26,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 9

**Κατανομή Συχνοτήτων για το αν νοικιάζεται ο Χώρος που
στεγάζεται η Επιχείρηση**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	56	35,0	35,0	35,0
Valid 1	104	65,0	65,0	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 10

**Κατανομή Συχνοτήτων για το πόσο Ενοίκιο πληρώνει ο
ερωτώμενος για την Επιχείρηση κάθε μήνα**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
-9	56	35,0	35,0	35,0
0	6	3,8	3,8	38,8
1	30	18,8	18,8	57,5
2	28	17,5	17,5	75,0
3	16	10,0	10,0	85,0
Valid 4	2	1,3	1,3	86,3
5	1	,6	,6	86,9
6	17	10,6	10,6	97,5
7	1	,6	,6	98,1
9	2	1,3	1,3	99,4
10	1	,6	,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 11

**Κατανομή Συχνοτήτων για το πόσους Υπαλλήλους απασχολεί η
Επιχείρηση**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	75	46,9	46,9	46,9
Valid 1	32	20,0	20,0	66,9
2	32	20,0	20,0	86,9
3	8	5,0	5,0	91,9

4	5	3,1	3,1	95,0
5	2	1,3	1,3	96,3
6	1	,6	,6	96,9
7	2	1,3	1,3	98,1
8	1	,6	,6	98,8
11	1	,6	,6	99,4
70	1	,6	,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 12

Κατανομή Συχνοτήτων για το ποιο ήταν το Βασικό Κίνητρο που ξεκίνησε η Επιχείρηση

Οικονομικοί Λόγοι

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	38	23,8	23,8	23,8
Valid 1	122	76,3	76,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Κοινωνικοί Λόγοι - Αναγνώρισης

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	150	93,8	93,8	93,8
Valid 1	10	6,3	6,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Άλλος Λόγος

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	132	82,5	82,5	82,5
Valid 1	28	17,5	17,5	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 13

**Κατανομή Συχνοτήτων για το αν ο ερωτώμενος σκέφτεται να
προσλάβει και Άλλο Προσωπικό στο Άμεσο Μέλλον**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	131	81,9	81,9	81,9
Valid 1	29	18,1	18,1	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 14

**Κατανομή Συχνοτήτων για το ποια Άτομα απασχολεί η
Επιχείρηση**

Εσάς Προσωπικά Μόνο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	111	69,4	69,4	69,4
Valid 1	49	30,6	30,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Εσάς και τα Μέλη της Οικογένειάς σας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	77	48,1	48,1	48,1
Valid 1	83	51,9	51,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Μέλη Εκτός Οικογένειας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	116	72,5	72,5	72,5
Valid 1	44	27,5	27,5	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 15

**Κατανομή Συχνοτήτων για το αν η Επιχείρηση Απασχολεί Άτομα
Εκτός Οικογένειας**

Ντόπιο Εργατικό Δυναμικό

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
-9	116	72,5	72,5	72,5
Valid 0	10	6,3	6,3	78,8
1	34	21,3	21,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Εγχώριο Εργατικό Δυναμικό

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
-9	116	72,5	72,5	72,5
Valid 0	36	22,5	22,5	95,0
1	8	5,0	5,0	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Ξένο Εργατικό Δυναμικό

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
-9	116	72,5	72,5	72,5
Valid 0	40	25,0	25,0	97,5
1	4	2,5	2,5	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 16

**Κατανομή Συχνοτήτων για το αν απασχολεί η Επιχείρηση κάποιο
Άτομο σε Διοικητική Θέση «Manager»**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	139	86,9	86,9	86,9
Valid 1	21	13,1	13,1	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 17

Κατανομή Συχνοτήτων για το αν οι ερωτώμενοι κάνουν κατά Διαστήματα κάποιες Επαφές και Συζητήσεις, για Θέματα σχετικά με την Επιχείρηση, που αφορούν τη Μελλοντική Πορεία της

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	42	26,3	26,3	26,3
Valid 1	118	73,8	73,8	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 18

Κατανομή Συχνοτήτων για το αν ταυτίζεται η Μόνιμη Κατοικία των ερωτώμενων με την Έδρα της Επιχείρησής τους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	42	26,3	26,3	26,3
Valid 1	118	73,8	73,8	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 19

Κατανομή Συχνοτήτων για το αν υπάρχει Προβολή / Διαφήμιση της Επιχείρησης, όπως Μ.Μ.Ε., Internet, Εφημερίδα κ.α.

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	72	45,0	45,0	45,0
Valid 1	88	55,0	55,0	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 20

**Κατανομή Συχνοτήτων για το αν οι ερωτώμενοι πιστεύουν πως
στις μέρες μας.....**

**Οι Επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν Marketing έχουν
Περισσότερες Πωλήσεις από αυτές που δεν χρησιμοποιούν**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	21	13,1	13,1	13,1
Valid 1	139	86,9	86,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

**Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις μπορούν να ανταγωνιστούν
σήμερα, τις Μεγάλες Επιχειρήσεις του Κλάδου σας**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	107	66,9	66,9	66,9
Valid 1	53	33,1	33,1	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Είστε γενικά Ικανοποιημένοι που ανοίξατε τη Δική σας

Επιχείρηση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	44	27,5	27,5	27,5
Valid 1	116	72,5	72,5	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Θα θεωρούσατε την Επιχείρησή σας Κερδοφόρα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	66	41,3	41,3	41,3
Valid 1	94	58,8	58,8	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

**Εσάς σαν Επιχειρηματία, σας αφορά γενικότερα το Θέμα της
Προστασίας του Περιβάλλοντος**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
Valid 0	40	25,0	25,0	25,0

1	120	75,0	75,0	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 21

Κατανομή Συχνοτήτων για το αν η Επιχείρησή Λειτουργεί

Όλο το Χρόνο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	2	1,3	1,3	1,3
Valid 1	158	98,8	98,8	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Εποχιακά

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	158	98,8	98,8	98,8
Valid 1	2	1,3	1,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 22

Κατανομή Συχνοτήτων για το σε ποιες από τις παρακάτω Χρονικές Περιόδους σημειώνει Περισσότερα Κέρδη η Επιχείρηση

Φθινόπωρο

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	114	71,3	71,3	71,3
Valid 1	46	28,8	28,8	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Χειμώνας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	102	63,8	63,8	63,8
Valid 1	58	36,3	36,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Καλοκαίρι

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	89	55,6	55,6	55,6
Valid 1	71	44,4	44,4	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Ανοιξη

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	120	75,0	75,0	75,0
Valid 1	40	25,0	25,0	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Αργίες / Εορτές

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	144	90,0	90,0	90,0
Valid 1	16	10,0	10,0	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 23

Κατανομή Συχνοτήτων για το αν γνωρίζουν οι ερωτώμενοι αν είχε ή έχει ενταχθεί ποτέ η Επιχείρηση τους σε Αναπτυξιακό

Πρόγραμμα (π.χ. Leader)

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	141	88,1	88,1	88,1
Valid 1	19	11,9	11,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 24

**Κατανομή Συχνοτήτων για το αν θα ήθελαν οι ερωτώμενοι να
ενταχθεί η Επιχείρησή τους σε κάποιο Αναπτυξιακό Πρόγραμμα**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	47	29,4	29,4	29,4
Valid 1	113	70,6	70,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 25

**Κατανομή Συχνοτήτων για το ποιο πιστεύουν ότι είναι στις μέρες
μας το Σημαντικότερο Πρόβλημα που αντιμετωπίζει η
Επιχείρησή τους**

Τοπικός Ανταγωνισμός

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	91	56,9	56,9	56,9
Valid 1	69	43,1	43,1	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Έλλειψη Καινοτομίας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	143	89,4	89,4	89,4
Valid 1	17	10,6	10,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Μη Πρόσβαση σε Χρηματοδότηση

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	92	57,5	57,5	57,5
Valid 1	68	42,5	42,5	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Μεταβολή Συμπεριφοράς Πελατών

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	117	73,1	73,1	73,1
Valid 1	43	26,9	26,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 26

**Κατανομή Συχνοτήτων για τους Πελάτες που εξυπηρετούνται
καθημερινά στην Επιχείρηση**

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
1	3	1,9	1,9	1,9
2	2	1,3	1,3	3,1
3	3	1,9	1,9	5,0
4	2	1,3	1,3	6,3
5	2	1,3	1,3	7,5
6	1	,6	,6	8,1
10	18	11,3	11,3	19,4
15	17	10,6	10,6	30,0
18	1	,6	,6	30,6
20	10	6,3	6,3	36,9
25	5	3,1	3,1	40,0
30	23	14,4	14,4	54,4
Valid 35	1	,6	,6	55,0
40	10	6,3	6,3	61,3
50	18	11,3	11,3	72,5
60	5	3,1	3,1	75,6
70	4	2,5	2,5	78,1
80	5	3,1	3,1	81,3
100	13	8,1	8,1	89,4
120	1	,6	,6	90,0
150	2	1,3	1,3	91,3
200	8	5,0	5,0	96,3
250	1	,6	,6	96,9
300	2	1,3	1,3	98,1
400	2	1,3	1,3	99,4

500	1	,6	,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 27

Εκφράστε την άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις.....

Οι Πελάτες σας είναι Πρόθυμοι να πληρώσουν Περισσότερα για Υπηρεσίες, στην Επιχείρησή σας Φιλικές προς το Περιβάλλον

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
1	66	41,3	41,3	41,3
2	51	31,9	31,9	73,1
3	35	21,9	21,9	95,0
4	5	3,1	3,1	98,1
5	3	1,9	1,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Οι Οικονομικές Δραστηριότητες της Επιχείρησή σας συμβάλλουν στην Υποβάθμιση του Φυσικού Περιβάλλοντος

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
1	91	56,9	56,9	56,9
2	29	18,1	18,1	75,0
3	28	17,5	17,5	92,5
4	11	6,9	6,9	99,4
5	1	,6	,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Θα δεχόσασταν να συμμετέχετε στο Κόστος Δημιουργίας κάποιων Υποδομών που συμβάλλουν στην Προστασία του Περιβάλλοντος

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
1	23	14,4	14,4	14,4
2	22	13,8	13,8	28,1
3	47	29,4	29,4	57,5
4	38	23,8	23,8	81,3
5	30	18,8	18,8	100,0

Σύνολο	160	100,0	100,0
--------	-----	-------	-------

Θα θέλατε να κάνετε Χρήση / Κατανάλωση / Προώθηση

Βιολογικών Προϊόντων στην Επιχείρησή σας

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
1	25	15,6	15,6	15,6
2	18	11,3	11,3	26,9
3	34	21,3	21,3	48,1
4	32	20,0	20,0	68,1
5	51	31,9	31,9	100,0
Valid				
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Θα χρησιμοποιούσατε Οικολογικά Καθαριστικά στην Επιχείρησή σας για να προστατεύσετε το Περιβάλλον

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
1	5	3,1	3,1	3,1
2	11	6,9	6,9	10,0
3	25	15,6	15,6	25,6
4	34	21,3	21,3	46,9
5	85	53,1	53,1	100,0
Valid				
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 28

Κατανομή Συχνοτήτων για τα Είδη των Προϊόντων που χρησιμοποιεί η Επιχείρησή

Ντόπια / Τοπικά Προϊόντα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	93	58,1	58,1	58,1
1	67	41,9	41,9	100,0
Valid				
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Εγχώρια Προϊόντα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	91	56,9	56,9	56,9
Valid 1	69	43,1	43,1	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Εισαγόμενα Προϊόντα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	86	53,8	53,8	53,8
Valid 1	74	46,3	46,3	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Βιολογικά Προϊόντα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	137	85,6	85,6	85,6
Valid 1	23	14,4	14,4	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 29

Κατανομή Συχνοτήτων για το αν η Επιχείρηση πήρε πρόσφατα οποιοδήποτε Μέτρο, που να διασφαλίζει τη Συμβολή της, στην Προστασία του Φυσικού Περιβάλλοντος

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	116	72,5	72,5	72,5
Valid 1	44	27,5	27,5	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 30

Κατανομή Συχνοτήτων για τις Πηγές Χρηματοδότησης που χρησιμοποίησε η Επιχείρηση για να μειώσει την Επιβάρυνση του Περιβάλλοντος

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
-9	116	72,5	72,5	72,5
0	33	20,6	20,6	93,1
Valid 1	3	1,9	1,9	95,0
2	5	3,1	3,1	98,1
3	3	1,9	1,9	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 31

Κατανομή Συχνοτήτων για το πως ορίζεται κατά τη γνώμη των ερωτώμενων η Βιώσιμη Ανάπτυξη μιας Περιοχής

Οικονομική Δραστηριότητα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	127	79,4	79,4	79,4
Valid 1	33	20,6	20,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Οικονομική Δραστηριότητα με Σεβασμό στο Περιβάλλον

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	67	41,9	41,9	41,9
Valid 1	93	58,1	58,1	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Περιβαλλοντική Δραστηριότητα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	147	91,9	91,9	91,9
Valid 1	13	8,1	8,1	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Κοινωνική Δραστηριότητα

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	137	85,6	85,6	85,6
Valid 1	23	14,4	14,4	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

Πίνακας 32

Κατανομή Συχνοτήτων για το αν θεωρούν οι ερωτώμενοι ότι είναι Ενημερωμένοι σχετικά με τις Δυνατότητες Βιώσιμης Ανάπτυξης της Περιοχής τους

	Συχνότητα	Ποσοστό	Σχετική Συχνότητα (%)	Αθροιστικό Ποσοστό
0	95	59,4	59,4	59,4
Valid 1	65	40,6	40,6	100,0
Σύνολο	160	100,0	100,0	

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ: ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΛΟΓΙΑΣ

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΗ: ΤΟΠΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Α/Α: _____

Ημερομηνία Συμπλήρωσης: ____/____/____

Το ερωτηματολόγιο διανέμεται στο πλαίσιο της διπλωματικής μου εργασίας με θέμα *«Η Συμβολή των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στη Βιώσιμη Ανάπτυξη των Πόλεων. Η Περίπτωση της Άρτας»*, του Π.Μ.Σ. «Βιώσιμη Ανάπτυξη» του Χαροκοπείου Πανεπιστημίου. Το ερωτηματολόγιο είναι **ΑΝΩΝΥΜΟ** και τα στοιχεία που θα προκύψουν είναι **απολύτως εμπιστευτικά**. Παρακαλώ απαντήστε στις ερωτήσεις σημειώνοντας **ένα μόνο Χ**. Σας ευχαριστώ εκ των προτέρων για την πολύτιμη συνεργασία σας.

Με Εκτίμηση,

Μαρία Καραμπά

Α΄ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

1. Φύλο:

Ανδρας ☐ Γυναίκα ☐

2. Ηλικία:

18 - 24 ετών	☐	45 - 59 ετών	☐
25 - 29 ετών	☐	60 ετών και άνω	☐
30 - 44 ετών	☐		

3. Μορφωτικό Επίπεδο:

Δεν τελείωσα Δημοτικό	☐	Απολυτήριο Λυκείου / Ι.Ε.Κ.	☐
Απολυτήριο Δημοτικού	☐	Πτυχίο Α.Ε.Ι. / Τ.Ε.Ι.	☐
Απολυτήριο Γυμνασίου	☐	Φοίτηση σε Α.Ε.Ι. / Τ.Ε.Ι. χωρίς πτυχίο	☐

Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό Δίπλωμα ☐

4. Οικογενειακή Κατάσταση:

Έγγαμος/-η ☐ Διαζευγμένος/-η ☐
Άγαμος/-η ☐ Χήρος/-α ☐

Β' ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

5. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρησή σας; (Συμπληρώστε)

6. Ποια είναι τα ετήσια έσοδα της επιχείρησής σας;

Έως 4.000 €	☐	16.001 € - 22.000 €	☐
4.001 € - 10.000 €	☐	22.001 € - 28.000 €	☐
10.001 € - 16.000 €	☐	Πάνω από 28.000 €	☐

7. Πόσο είναι το καθαρό μηνιαίο ατομικό εισόδημά σας από την επιχείρηση;

0 - 400 €	☐	1.201 € - 1.600 €	☐
401 € - 800 €	☐	1.601 € - 2.000 €	☐
801 € - 1.200 €	☐	Πάνω από 2.000 €	☐

8. Σε ποια κατηγορία ανήκει η επιχείρησή σας;

Εμπορικά Μαγαζιά	☐	Ξενοδοχεία	☐
Επιχειρήσεις Εστίασης	☐	Άλλη Κατηγορία	☐

9. Νοικιάζετε το χώρο που στεγάζεται η επιχείρησή σας;

Ναι ☐ Όχι ☐

10. Αν ναι, πόσο ενοίκιο πληρώνετε κάθε μήνα;

Έως 200 €	☐	1.201 € - 1.400 €	☐
201 € - 400 €	☐	1.401 € - 1.600 €	☐
401 € - 600 €	☐	1.601 € - 1.800 €	☐
601 € - 800 €	☐	1.801 € - 2.000 €	☐

801 € - 1.000 €

☐

Πάνω από 2.000 €

☐

1.001 € - 1.200 €

☐

11. Πόσους υπαλλήλους απασχολεί η επιχείρησή σας; (Συμπληρώστε)

12. Ποιο ήταν το βασικό κίνητρο που ξεκινήσατε την επιχείρησή σας;

Οικονομικοί Λόγοι

☐

Άλλος Λόγος

☐

Κοινωνικοί Λόγοι - Αναγνώρισης

☐

13. Σκέφτεστε να προσλάβετε και άλλο προσωπικό στο άμεσο μέλλον;

Ναι

☐

Όχι

☐

14. Ποια άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία επιλογές)

Εσάς Προσωπικά Μόνο

☐

Εσάς και τα Μέλη της Οικογένειάς σας

☐

Μέλη Εκτός Οικογένειας

☐

15. Αν η επιχείρηση απασχολεί άτομα εκτός οικογένειας, τότε είναι: (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία επιλογές)

Ντόπιο Εργατικό Δυναμικό

☐

Εγχώριο Εργατικό Δυναμικό

☐

Ξένο Εργατικό Δυναμικό

☐

16. Απασχολεί η επιχείρησή σας κάποιο άτομο σε διοικητική θέση «Manager»;

Ναι

☐

Όχι

☐

17. Κάνετε κατά διαστήματα κάποιες επαφές και συζητήσεις, για θέματα σχετικά με την επιχείρηση, που αφορούν τη μελλοντική της πορεία;

Ναι

☐

Όχι

☐

18. Ταυτίζεται η μόνιμη κατοικία σας με την έδρα της επιχείρησής σας;

Ναι

☐

Όχι

☐

19. Υπάρχει κάποια μορφή προβολής / διαφήμισης της επιχείρησής σας, όπως M.M.E., internet, εφημερίδα κ.α.;

Ναι ☐ Όχι ☐

20. Πιστεύετε πως.....

	Ναι	Όχι
Οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν marketing έχουν περισσότερες πωλήσεις από αυτές που δεν χρησιμοποιούν;		
Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να ανταγωνιστούν σήμερα, τις μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου σας;		
Είστε γενικά ικανοποιημένοι που ανοίξατε τη δική σας επιχείρηση;		
Θα θεωρούσατε την επιχείρησή σας κερδοφόρα;		
Εσάς σαν επιχειρηματία, σας αφορά γενικότερα το θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος;		

21. Η επιχείρησή σας λειτουργεί:

Όλο το Χρόνο ☐ Εποχιακά ☐

22. Σε ποιες από τις παρακάτω χρονικές περιόδους σημειώνει περισσότερα κέρδη η επιχείρησή σας; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία επιλογές)

Φθινόπωρο ☐ Καλοκαίρι ☐ Αργίες / Εορτές ☐
Χειμώνα ☐ Άνοιξη ☐

23. Γνωρίζετε αν είχε ή έχει ενταχθεί ποτέ η επιχείρησή σας σε αναπτυξιακό πρόγραμμα (π.χ. Leader);

Ναι ☐ Όχι ☐

24. Θα θέλατε να ενταχθεί η επιχείρησή σας σε κάποιο αναπτυξιακό πρόγραμμα;

Ναι ☐ Όχι ☐

25. Στις μέρες μας, ποιο πιστεύετε ότι είναι το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία επιλογές)

Τοπικός Ανταγωνισμός ☐ Μη Πρόσβαση σε Χρηματοδότηση ☐
Έλλειψη Καινοτομίας ☐ Μεταβολή Συμπεριφοράς Πελατών ☐

26. Πόσους πελάτες εξυπηρετείτε καθημερινά; (Συμπληρώστε)

27. Εκφράστε την άποψή σας για τις παρακάτω προτάσεις. (Παρακαλώ κυκλώστε, μία απάντηση σε κάθε πρόταση: 1=Καθόλου, 2=Λίγο, 3=Αρκετά, 4=Πολύ, 5=Πάρα Πολύ)

Οι πελάτες σας είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για υπηρεσίες, στην επιχείρησή σας φιλικές προς το περιβάλλον;	1	2	3	4	5
Οι οικονομικές δραστηριότητες της επιχείρησή σας συμβάλλουν στην υποβάθμιση του φυσικού περιβάλλοντος;	1	2	3	4	5
Θα δεχόσασταν να συμμετέχετε στο κόστος δημιουργίας κάποιων υποδομών που συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος;	1	2	3	4	5
Θα θέλατε να κάνετε χρήση / κατανάλωση / προώθηση βιολογικών προϊόντων στην επιχείρησή σας;	1	2	3	4	5
Θα χρησιμοποιούσατε οικολογικά καθαριστικά στην επιχείρησή σας για να προστατεύσετε το περιβάλλον;	1	2	3	4	5

28. Τι είδους προϊόντα χρησιμοποιεί η επιχείρησή σας; (Μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μία επιλογές)

Ντόπια / Τοπικά ☐ Εισαγόμενα ☐
Εγχώρια ☐ Βιολογικά ☐

29. Η επιχείρησή σας πήρε πρόσφατα οποιοδήποτε μέτρο, που να διασφαλίζει τη συμβολή της, στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος;

Ναι ☐ Όχι ☐

30. Αν ναι, ποιες από τις παρακάτω πηγές χρηματοδότησης χρησιμοποίησε η επιχείρησή σας για να μειώσει την επιβάρυνση του περιβάλλοντος; (Επιλέξτε μία απάντηση)

Ίδιοι Πόροι (Προσωπικές / Οικογενειακές Οικονομίες)

☐

Ένταξη σε Εθνικό Αναπτυξιακό Νομό

☐

Δάνειο

☐

Ίδιοι Πόροι και Δάνειο

☐

31. Πως κατά τη γνώμη σας ορίζεται η βιώσιμη ανάπτυξη μιας περιοχής;

Οικονομική Δραστηριότητα

☐

Οικονομική Δραστηριότητα με Σεβασμό στο Περιβάλλον

☐

Περιβαλλοντική Δραστηριότητα

☐

Κοινωνική Δραστηριότητα

☐

32. Θεωρείτε ότι, είσαστε ενημερωμένοι σχετικά με τις δυνατότητες βιώσιμης ανάπτυξης της περιοχής σας;

Ναι ☐ Όχι ☐

Σας ευχαριστώ πολύ για τη βοήθειά σας και το χρόνο σας!